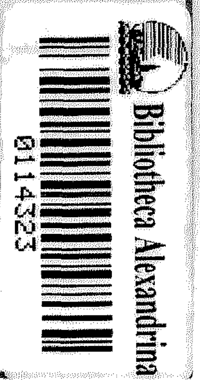
الإعلام الرياضي

الجزء الأول

الدين على عويس

م.م. عطا حسن عبد الرحيم









"الجزء الأول"

أ.د. خير الدين على عويس

دكتوراه فى علم النفس الاجتماعى

جامعة أوريجون ـ امريكا

وكيل كلية التربية الرياضية للبنين

سابقا جامعة حلوان

م.م. عطا حسن عبد الرحيم

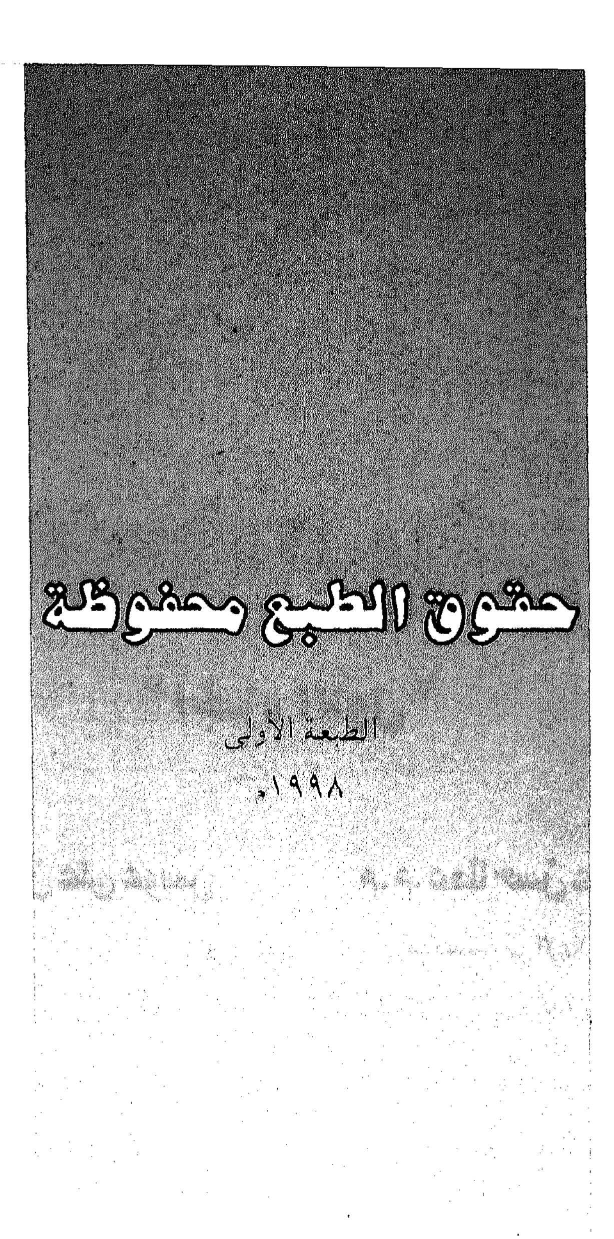
ماجستير فى الإعلام الرياضى

مدرس مساعد بقسم الإدارة الرياضية والترويح

بكلية التربية الرياضية ببورسعيد

جامعة قناة السويس

مركز الكتاب للنشر





مصر الجديدة: ٢١ شارع الخليفة المأمون - القاهرة
ت: ٢٩٠٨٢٠٣-٢٩٠٦٢٥٠-فاكس: ٢٩٠٦٢٥٠

مدينة نصر: ٧١ شارع ابن النفيس - المنطقة السادسة - ت: ٢٧٢٣٣٩٨

المحتويات

الفصل الأول
الإعلام الرياضى
التاريخ ـ المفهوم

الفصل الثانى
تأثير الإعلام الرياضى

الفصل الثالث
أنواع تأثير الإعلام الرياضى

الفصل الرابع
شروط تأثير الإعلام الرياضى

الفصل الخامس
مجالات تأثير الإعلام الرياضى

الفصل السادس

الفصل السابع
الصحافة الرياضية

الفصل الثامن
الصحفى الرياضى
المسئوليات ـ الواجبات

الفصل التاسع

كيف تعد صفحة رياضية؟

الفصل العاشر

التحرير الصحفى الرياضى

الفصل الحادى عشر
الاشكال الصحفية لموضوعات الصحافة الرياضية

الفصل الثانى عشر
المقال الصحفى الرياضى

الفصل الثالث عشر
التعليق الرياضى

الفصل الرابع عشر
الحديث الصحفى الرياضى

الفصل الخامس عشر
النقد الرياضى

الفصل السادس عشر
التحقيق الصحفى الرياضى

الفصل السابع عشر
التقرير الصحفى الرياضى

الفصل الثامن عشر
الصورة الصحفية الرياضية

مقدمة

يعتبر هذا الكتاب الأول من نوعه فى العالم العربى والمصرى حيث يتناول موضوع من أهم الموضوعات التى لها تأثير كبير واضح على الجمهور فقد اجتهد المؤلفان إلى جعل المادة المعروضة فى الكتابه سهله ومركزة حتى يمكن الاستفادة منها فقد تناول الفصل الأول التطور التاريخى لوسائل الإعلام حتى يتمكن القارئ من الوقوف على ما كان يحدث فى الماضى من وسائل استخدمت كوسيلة إعلامية للجمهور ثم عرض نظريات الإعلام ثم انواع تأثير الإعلام الرياضى حيث اشتمل هذا الفصل على كيف يلعب الإعلام الدور فى تغيير الموقف أو الاتجاه وكذلك التغيير المعرفى والاثارة الجماعية والعاطفية والضبط الاجتماعى ثم كان الفصل الرابع الذى عرض الشروط التى يجب توافرها لكى تؤثر على الجمهور وكذلك الفصل الخامس الذى احتوى على مجالات تأثير الإعلام الرياضى أما سيكلولوجية الإعلام الرياضى فكانت من نصيب الفصل السادس حيث تناولت الإعلام الرياضى والحاجات النفسية - وكذلك علاقته ببعض المجالات الاخرى والعلاقات العامة فى المجال الرياضى - وكذلك الإعلام والاعلان - والاعلام والدعاية - وكذلك بالاتصال والتخطيط ثم عرض الصحافة الرياضية فى الفصل السابع تلاها فصل عن الصحفى الرياضى وضح فيه الخصائص التى يجب ان تتوافر فيه لكى يكون صحفيا رياضيا بجانب الالتزامات والواجبات والمسئوليات سواء الاخلاقية، والقانونية، والاجتماعية.



الفصل الأول

الإعلام الرياضي
التاريخ - المفهوم

- التطور التاريخى لوسائل الإعلام
  - عصر ماقبل الإسلام
  - العصر الاسلامى
  - العصر الحديث
- تعريف الإعلام
- تعريف وسائل الإعلام
- عناصر الإعلام الرياضى
- أهمية الإعلام الرياضى
- أهداف الإعلام الرياضى
- وظيفة الإعلام الرياضى
- خصائص الإعلام الرياضى



الفصل الأول

التطور التاريخى لوسائل الإعلام:

لقد مرت وسائل الإعلام بمراحل كثيرة عبر التاريخ حتى وصلت الى الصورة التى عليها الآن فى وقتنا الحاضر وهذا يرجع إلى تغير هذه الوسائل من عصر إلى آخر.

فقد كانت وسائل الإعلام فى الأزمنة القديمة طبولا تسمع فى ادغال افريقيا ودخان يصعد فى بلاد الهند ونيرانا تسطع فى صحراء العرب وحمائم تطلق فى عهود الخلفاء والسلاطين وخيلا تسبق الريح فى توصيل الأنباء الهامة من بلد إلى آخر.

ومعنى ذلك أن وسائل نقل الأخبار كانت كثيرة ومتنوعة فى العصور القديمة كما كان القائمون بنقل الأخبار كثيرين أيضا ثم خضعت هذه الوسائل الإعلامية لاطوار متعددة بعد ذلك حتى عرفت بأنواعها التى نألفها الآن.

واستكمالا لصورة التطور التاريخى لهذه الوسائل أنه يمكن استعراض ما كانت عليه فى العصور القديمة إلى أن عرفت بأنواعها اليوم والتى يمكن تقسيمها الى ثلاث مراحل.وهى كما يلى (٤٠ - ٩)

(١) عصر ما قبل الإسلام.

(٢) العصر الإسلامى.

(٣) العصر الحديث.

أولا: عصر ما قبل الإسلام:

ويشمل هذا العصر الأمم القديمة كاليونانيين والهنود والفرس والرومان وأهم وسائل الإعلام التى عرفتها هذه العصور لم تكن تخرج عن الوسائل التالية:

الشائعات ـ لنقش على الأحجار والأشجار وأعمدة المعابد ـ ايقاد النيران ـ حمل الأخبار من التجار الذين كانوا يتنقلون من مكان إلى مكان ـ المنادون الذين كانوا يتجولون فى عرض البلاد وطولها لنشر الأخبار وإعلان أوامر الحكام والولاة.

هذا بالإضافة الى وسيلة الاتصال الشخصى بالجماهير المتمثلة فى الخطابة والشعر والمناظرة.

ثانيا: العصر الإسلامى:

اتخذت وسائل الإعلام فى هذا العصر صورة أكثر تحديدا من ذى قبل وأبرز هذه الوسائل:

١- القصيدة الشعرية:

وهى أول وسيلة إعلامية عرفت وكانت الإداة الوحيدة للتعبير عن رأى القبيلة فى العصر الجاهلى فلما جاء الإسلام لعب الشعر دورا بارزا فى نصره الدعوة الإسلامية وكان من أبرز الشعراء حسان بن ثابت.

وفى العصر الاموى وجد مايسمى بالشعر السياسى فقد اعتمد خلفاء بنى أمية فى كثير من قضاياهم السياسية على الشعراء السياسيين أمثال جرير والفرزدق ومع ظهور الفرق الإسلامية فيما بعد أصبح لكل فرقة منها شعراؤها وخطباؤها الذين يدافعون عنها ضد الفرق الدينية الاخرى وفى عهود خلافة الفاطميين والايوبيين والمماليك وهى العهود التى شهدت الحروب الصليبية كان للشعر المكان الأول فى ميادين الإعلام والدعاية.

وبالسيف والشعر نجح صلاح الدين الأيوبى فى محاربة الصليبيين والتغلب عليهم وتحرير بيت المقدس وطردهم من البلاد الإسلامية.

٢- الخطبة:

تعد الخطبة منذ ظهور الإسلام هى الوسيلة الأولى من وسائل الإعلام التى اعتمد عليها رسول الله ﷺ فى نشر الدين الإسلامى الجديد وفى شرح المبادئ التى نادى بها فى الجزيرة العربية.

وكذلك ماحدث فى عهد الخلفاء الراشدين والعهود الإسلامية التى تلته فلقد عرفت هذه العهود خطباء افذاذ مثل على بن أبى طالب وزياد بن أبيه وغيرهم حيث ظلت القصيدة والخطبة تتعاون على القيام بوظائف الإعلام والدعاية وإثارة المشاعر وتهييج الخواطر وفى التهيئة للحرب حيث ينتشر الخطباء فى المساجد الكبرى لتحمس الشعوب الإسلامية وتهيئتها للجهاد فى سبيل الله.

٣- المنادى:

كان النداء وسيلة لنشر الأخبار فقد شهد الناس فى العصور الإسلامية المنادى وهو يتجول فى المدينة حيث كان لكل مدينة مناد أو أكثر وكان يعهد إليه اذاعة الأوامر الحكومية وبعض قوانين الدولة وبعض الأخبار العسكرية واذاعة نبأ وصول الحاكم أو الوالى الجديد للولاية واذاعة مواعيد الاحتفالات والأعياد الدينية ونحوها وكذلك عن وفاة أحد رجال الدولة واخبار الرعية عن كل ما يهمها فى حالة الحرب أو السلم.

٤- المآذن:

كانت المآذن من وسائل الإعلام المعروفة فى التاريخ الإسلامى حيث كان المؤذن ينشر من أعلاها الأخبار الهامة مثل خبر وفاة أحد من الأمراء أو قائد من القواد أو ينادى بالتغير العام أو الدعوة للقتال ويستعين فى ذلك بالآيات والأحاديث التى تحث الناس على ذلك.

٥- الأسواق العامة:

حيث كان تقدم فيها الخطابة والشعر وتعرض فيها المعروضات الفكرية إلى جانب المعروضات المادية ومن امثلتها سوق عكاظ وذى المجاز والمريد وغيرها.

٦- البريد:

عرف البريد فى التاريخ الإسلامى كوسيلة إعلامية هامة وقد نقله العرب عن الفرس وأول من وضع نظام البريد فى الإسلام معاوية بن ابى سفيان وقد اهتم

الحكام المسلمون به وقد تطور استخدام البريد لغايات الإعلام أو اهدافه فأنشىء له بدالات من الخيل والراكبين طول الطريق لضمان وصول الخبر بسرعة.

وقد وصل البريد غاية الاتقان فى زمن المماليك حيث استخدم البريد الجوى بواسطة الحمام الزاجل لنقل الأخبار وأمور الحرب (٤١ ـ ٣٣٠: ٣٣٣).

٧- البعثات والوفود والزيارات:

استخدمت البعثات والوفود والزيارات كوسائل إعلام هامة فى الحياة الإسلامية واعتمد عليها صاحب الدعوة ﷺ اعتمادا كبيرا حيث أرسل الرسول ﷺ البعوث إلى الملوك والحكام والزعماء يدعوهم فيها الى الإسلام مثل قيصر الروم وكسرى ملك الفرس والمقوقس حاكم مصر والنجاشى ملك الحبشة كما أن الوفود التى ارسلها الرسول ﷺ كانت بمثابة حركة إعلامية من اخطر ما عرف التاريخ كالوفد الذى ارسله إلى النجاشى والوفد الذى أرسله الى أهل المدينة فى بداية الدعوة يدعوهم إلى الإسلام ويعلمهم احكام الدين كما أن الزيارات كانت بمثابة دعوة إعلامية مباشرة للاسلام ومن امثلتها زيارته ﷺ الى أهل الطائف لدعوتهم الى اتباع الدين الإسلامى (٤٠ ـ ١١).

ومن خلال العرض السابق لوسائل الإعلام فى العصور الإسلامية اللاحقة يتبين لنا أنها استخدمت لاغراض دينية وسياسية واجتماعية فى آن واحد.

ثالثا: العصر الحديث:

بعد قيام الثورة الصناعية وما صاحبها من اكتشافات واختراعات افادت الانسانية كثيرا كان من بينها اختراع المطبعة ومستلزماتها والتى بها اتخذت وسائل الإعلام صورة جديدة.

فتعد المطبعة الفاصل الحقيقى بين العصور القديمة والعصور الحديثة من حيث الإعلام ووسائله وبمعنى آخر كانت المطبعة ثورة حقيقية نقلت الإعلام نقلة حضارية كبيرة من طور الى طور ثم بدأت الثانية من ثورات الإعلام بظهور اداة جديدة من ادواته وهى وكالات الانباء.

ثم حدثت الثورة الثالثة فى مجالات الإعلام بظهور المخترعات الحديثة ومنها الراديو والتليفزيون والسينما ومع ظهور شبكة الانترنت (المعلومات) حدثت الثورة الرابعة فى مجال الإعلام التى نقلت العالم نقله حضارية كبيرة فى المجال الإعلامى وخاصة بعد دخول الاذاعة والتليفزيون هذه الشبكة واحتلت مصر الترتيب الحادى عشر من حيث استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة بعد تسع دول اوروبية بالاضافة الى الولايات المتحدة الأمريكية واصبح عدد المشتركين فى هذه الشبكة ثلاثة ونصف مليون ٣٥٠٠٠٠٠ مشترك فى العالم*.

ومن أبرز وسائل الإعلام الحديثة التى عرفتها البشرية مايلى:

(١) الحوار أو الحديث. (٢) السينما.

(٣) التليفزيون والفيديو (٤) الإذاعة.

(٥) التليفزيون والتليفون والفاكس. (٦) الصحف.

(٧) المجلات (٨) الكتب.

(٩) وكالات الانباء. (١٠) لوحة الإعلانات.

(١١) المعارض. (١٢) المؤتمرات والندوات

(١٣) الكمبيوتر وشبكة المعلومات (الانترنت).

وسنتناول فى الفصول القادمة بالشرح والتحليل أبرز هذه الوسائل فى مجال الإعلام الرياضى وهى الصحافة والإذاعة والتليفزيون للتعرف على تاريخ كل منها واهدافها وخصائصها ووظائفها والاشكال الفنية التى تتميز بها.

تعريف الإعلام:

الإعلام فى اللغة العربية يعبر عن المعانى والدلالات الآتية:

- الإعلام بمعنى نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها واحيانا يطلق عليه الاستعلامات التى تعنى إبراز الأخبار وتفسيرها.

* أخبار اليوم ١/٦/١٩٩٧.

- الإعلام بمعنى الدعوة وهو المعنى القديم الذى أطلق عليه فى القرون الوسطى لفظ Propaganda أى النشاط الهادف الى نشر الدعوة والتبشير بها وكسب المؤمنين بها.
- الإعلام بمعنى الدبلوماسية المفتوحة أو الشعبية أو العمل السياسى الخارجى (١ ـ ١٨).

اما الإعلام اصطلاحا فقد عرفه الباحثون ببعض التعريفات نذكر منها:

- تعريف **زيدان عبدالباقى (١٩٧٢)** بأنه: تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة.
- وعرفه **عبداللطيف حمزة (١٩٧٢)** بأنه: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التى تساعدهم على تكوين رأى صائب فى واقعة أو مشكلة بحيث يعبر هذا الرأى تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.
- وعرفه **إبراهيم إمام (١٩٧٧)** بأنه: عملية نشر الحقائق والمعلومات والاخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين افراده وتنميتهم.
- وعرفته **جيهان رشتى (١٩٧٨)** بأنه: الاقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والاحصاءات وهو التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها فى نفس الوقت وهو ليس تعبيراً ذاتيا من جانب الاعلام سواء اكان صحفيا أو اذاعيا أو مشتغلا بالسينما أو التليفزيون.
- وعرفه **حامد زهران (١٩٨٤)** بأنه عملية نشر وتقويم معلومات صحيحة وحقائق واضحة واخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محدده وافكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام.

ويفهم من هذه التعريفات ان الإعلام هو عملية تعبير موضوعى يقوم على الحقائق والارقام والاحصاءات ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة والتى منها الصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما والمسرح وغيرها. .

تعريف وسائل الإعلام:

هى عبارة عن مجموع الوسائل التقنية والمادية والاخبارية والفنية والأدبية والعلمية المؤدية للاتصال الجماعى بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر ضمن إطار العملية التثقيفية والارشادية للمجتمع. (٤٦ ـ ٧٥).

فالإعلام هو عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاربهم وتعاطفهم فى الآراء فيما بينهم وهو فى هذه الحالة ظاهرة طورتها الحضارة الحديثة وجعلتها ودعمتها بامكانات عظيمة حولتها الى قوة لايستغنى عنها لدى الشعوب والحكومات على حد سواء.

واذا كانت كلمة الإعلام مشتقة من «أعلمه بالشىء» فهى تعنى تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة وبقدر ما تكون هاتان الصفتان متوافرتان بقدر ما يكون الإعلام سليما قويا.

وسواء اكانت الوسائل الإعلامية مقرؤه أو مسموعة أو مرئية فإن الغاية الإعلامية تتمثل فى المضمون الذى تقدمه هذه الوسائل ومدى مسايرته لروح العصر والفاعلية الموضوعية والابعاد التثقيفية والشكل الفنى الجميل والملائم فيه ويتم نقد الجهاز الإعلامى وتقويمه عموما ايجابا وسلبا فى الاساس على ضوء هذا المفهوم. (١٠ ـ ٩).

وعرف **صالح دياب** (١٩٩٤) وسائل الإعلام بأنها: مجموعة المواد الادبية والفنية المؤدية للاتصال الجماعى بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال الأدوات التى تنقلها أو تعبر عنها مثل الصحافة والإذاعة والتليفزيون ووكالات الانباء والمعارض والمؤتمرات والزيارات الرسمية وغير الرسمية.

- تعريف الإعلام الرياضى:

نظرا لعدم تعرض احد من قبل الى تعريف الإعلام الرياضى لذا قام المؤلفان بتعريفه تعريفا اجرائيا بأنه:

عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والانشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضى.

عناصر الإعلام الرياضى

للإعلام الرياضى عناصر أربعة هى:

(١) المرسل. (٢) المستقبل.

(٣) الاداه أو الوسيلة. (٤) الرسالة (المضمون).

- **المرسل هو:** صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التى تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة الاتحاد أو النادى أو اللاعب أو المدرب...... الخ.
- **المستقبل هو:** من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فردا أو جماعة.
- **الاداه أو الوسيلة هى:** ما تؤدى به الرسالة الإعلامية سواء كانت صحيفة أو اذاعة أو تليفزيون... الخ.
- **الرسالة أو المضمون هى:** ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل ويعتمد الإعلام الرياضى فى بلوغ اهدافه على الرسالة والمضمون الذى تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتماده على الحقائق والارقام ومسايرته لروح العصر والشكل الفنى الملائم ومناسبته لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث اعمارهم وحاجاتهم ويتم نقد الإعلام الرياضى وتقويمه ايجابا أو سلبا فى ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التى ان تحققت تجعل تأثيرها فى الناس أكبر وتحوذ على ثقتهم وتفاعلهم معها وحول عناصر الإعلام الرياضى هذه بنيت نظرية الاتصال وتفسيراتها لسيكولوجية الإعلام الرياضى.

أهمية الإعلام الرياضى:

يعتبر الإعلام الرياضى قديما وحديثا بمثابة المدرسة العامة التى تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالاندية ومراكز الشباب بل والتعليمية بمراحلها

المختلفة وتتجاوزها فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات تعدل بين سلوكهم كبارا أو صغارا بما يتلائم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة.

وللاعلام الرياضى دور متشعب فى المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع فى القرن العشرين ولذلك اخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية والتليفزيونية وتوجهها نحو تحقيق اهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعى الرياضى لهم وتعريفهم بأهمية دور الرياضة فى حياتهم العامة والخاصة.

واستخدامها أيضا للوصول الى اهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبها الرياضية والذى يعكس بدوره رقى هذه الدول وتقدمها فى شتى المجالات وفى ظل التقدم العلمى والتكنولوجى الكبير والسريع فى المجال الرياضى يبرز أهمية الإعلام الرياضى وضرورة احاطة الافراد بالمجتمع علما بكل ما يدور من أحداث وتطورات فى هذا المجال وذلك فى ظل الزيادة الكبيرة لافراد هذا المجتمع وبالتالى صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والاخبار.

ومن هنا يتضح أهمية الإعلام الرياضى فى القيام بواجبه هذا بالاضافة الى زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضى بالمجالات الاخرى سواء اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية وعدم قدرة الفرد فى ملاحقة ومتابعة هذا التدفق من المعلومات والذى يعد امرا صعبا فأقل مايوصف به هذا العصر هو عصر المعلومات نتيجة للتقدم الذى لحق بالكمبيوتر والأقمار الصناعية وظهور شبكة المعلومات (الانترنت).

ومن هنا تبرز الحاجة الضرورية والملحة فى قيام الإعلام الرياضى فى التغلب على هذه الصعوبات بمايساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد فى المجال الرياضى والتجاوب معه.

والإنسان فى نظر رجال الإعلام (نفس اعلامية) تتغذى بالخبر وتنمو بالفكر

وتتعافى باللحن. ومن هنا تبدو أهمية الإعلام الرياضى أيضا فى السيطرة على جمهور الرياضة وتوجيه مشاعرهم الوجهة التى يريدها الموجه.

فإن وضعت فى الخير كانت وسيلة لاتضاهى فى البناء وان وضعت فى غير ذلك كانت شرا مستطيرا (١٩ ـ ١٧، ١٨).

ومن خلال هذا العرض الموجز يمكن القول بأن الإعلام الرياضى بأنواعه المختلفة من صحافة رياضية وبرامج رياضية اذاعية وتليفزيونية يؤثر تأثيرا كبيرا فى الوقت الراهن ويشكل جوانب خطيرة من النمو السلوكى والقيمى لافراد المجتمع فى المجال الرياضى ولكن كيف يمكن للإعلام الرياضى من تحقيق هذا التأثير؟هذا ما سنتناوله فى الفصل الثانى من هذا الكتاب.

أهداف الإعلام الرياضى:

(١) نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالالعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التى قد تطرأ عليها.

(٢) تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث ان لكل مجتمع نسق قيمى يشكل ويحدد انماط السلوك الرياضى متفقة مع تلك القيم والمبادئ كأن التوافق سمة من سمات المجتمع.

(٣) نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لكى تكون امام الرأى العام فى المجال الرياضى واعطاءه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات وهذه هى أوضح اهداف الاعلام الرياضى التى ترمى إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من خلال امدادهم بالمعلومات الرياضية التى تستجد فى حياتهم على المستويين المحلى والدولى.

(٤) الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالاشكال والطرق التى تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

وظيفة الإعلام الرياضى:

تكمن وظيفة الإعلام الرياضى الرئيسية فى احاطة الجمهور علما بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة الواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التى تساعد على تكوين رأى عام صائب فى واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالمجال الرياضى.

خصائص الإعلام الرياضى:

للإعلام الرياضى الكثير من الخصائص ولكن من أبرز هذه الخصائص مايلى:

(١) الإعلام الرياضى يتضمن جانبا كبيرا من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذى يخاطبه ويرغب فى الوصول اليه فهذا مثلا برنامج اذاعى رياضى موجه الى جمهور كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة وهذا حديث تليفزيونى موجه الى جمهور كرة اليد وهكذا..

(٢) الإعلام الرياضى يتميز بأنه جماهيرى له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.

(٣) الإعلام الرياضى فى سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه الى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء مايوجه الى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين وغيرها.

(٤) الإعلام الرياضى بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب الى البيئة التى يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع وحتى يمكن فهمه لابد أولا من دراسة أو فهم المجتمع الذى يعمل فيه حتى لايتعارض ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة فى هذا المجتمع فالإعلام الرياضى بمثابة المرآة التى تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع.



الفصل الثانى

تأثير الإعلام الرياضي

- الإعلام الرياضى ونظريات الإعلام:
  - نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى
  - نظرية التأثير على المدى الطويل
  - نظرية التطعيم أو التلقيح
  - نظرية التأثير على مرحلتين
  - نظرية تحديد الأولويات
  - نظرية حارس البوابة
  - نظرية الاستخدامات والاشباع



الفصل الثانى

تأثير الإعلام الرياضى فى الجمهور

ليس هناك اتفاق بين علماء الاتصال الجماهيرى (وسائل الإعلام) على الكيفية التى تؤثر بها وسائل الإعلام بصفه عامة والإعلام الرياضى بصفة خاصة على الجمهور أوعلى نوعية ذلك التأثير بالرغم من أن هناك اجماعا على تأثير تلك الوسائل على جمهورها خاصة الإعلام الرياضى نظرا لمخاطبته لقطاع كبير من الجمهور مثلا بلغ عدد المشاهدين لدورة اطلانطا الأولمبية ١٩٩٦ عبر شاشات التليفزيون وحدة دون وسائل الإعلام الاخرى مليار مشاهد* هذا بالاضافة الى المستمعين الذين تابعوا احداث هذه الدورة من خلال الاذاعات والبرامج الرياضية أو من خلال المتابعة العميقة للصحافة الرياضية وهم أيضا يشكلون نسبة كبيرة من الجمهور.

ولهذا اصبح تأثير الإعلام الرياضى على الجمهور مجالا ضخما قائما بذاته له نظرياته وابحاثه الخاصة فى هذا الفصل سنتناول علاقة الإعلام الرياضى بنظريات الإعلام لايضاح اساليب تأثيره على الجمهور فى ضوء هذه النظريات وفى الفصل الثالث سيتم تناول أنواع هذا التأثيرات وفى الفصل الرابع سيتم تناول الشروط التى يجب توافرها لكى يحدث التأثير المرغوب ثم فى الفصل الخامس تحديد بعض المجالات الرياضية التى يحدث فيها هذا التأثير.

الإعلام الرياضى ونظريات الإعلام

١ ـ نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى:

ترى هذه النظرية ان علاقة الفرد بمضمون المواد الإعلامية للإعلام الرياضى هى علاقة تأثير مباشر وتلقائى فالإنسان الذى يتعرض لأى مادة اعلامية فى

* الأهرام ١٠/٩/١٩٩٦.

الإعلام الرياضى سواء كانت صحفية أو تليفزيونية أو اذاعية فانه يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة.

ومعنى ذلك هو ان مشاهدة الفرد لبعض مظاهر العنف فى احدى المباريات من خلال التليفزيون أو عند قراءته عنها فى الصحافة الرياضية فإنه بالضرورة بناء على هذه النظرية سوف يحاكيها ويحاول تطبيقها فى واقع حياته ويسمى هذا المنحنى فى دراسة تأثير مضمون الإعلام الرياضى بنظرية الحقنة أو نظرية الرصاصة.

وملخص هذه النظرية ان الرسائل الإعلامية مهما كان نوعها والتى تبثها وسائل الإعلام تؤثر فى الإنسان المتلقى لها تأثيرا مباشرا كما لو انه حقن بابره مخدرة أو اطلقت عليه رصاصة (٧١ ـ ١٦).

ويمكن الاستشهاد على ذلك بحادثه انهيار عمارة فى مصر الجديدة عام ١٩٩٦ حينما انتاب الهلع والخوف سكان العمارات المرتفعة عندما نشرت وسائل الإعلام المختلفة اسباب انهيار هذه العمارة والتى منها قيام ملاك بعض الشقق بها بإزالة بعض الحوائط والاعمدة لزوم اعمال الديكور فانهالت البلاغات على اقسام الشرطة بشكل مكثف يشكو السكان بعضهم البعض من قيام الاخرين بإزالة الحوائط والاعمدة من شققهم وبعد التحرى وجد ان معظم هذه البلاغات كانت كاذبة وان ما تصوره البعض من قيام الاخرين بإزالة الحوائط والاعمدة هو مجرد وضع مسامير فى الحوائط لاغراض خاصة غير الهدم لا أكثر.

ونود ان نؤكد انه لابد من وجود عوامل أو أسباب أخرى ساهمت فى وقوع هذه الحوادث أو البلاغات فالإنسان ليس كائنا سلبيا يتأثر بكل ما يصادفه بمعزل عن تركيبته النفسية وبيئته الاجتماعية ومستواه الثقافى والتعليمى وما يترتب عليه من خبرات سابقة فلابد ان يكون لهذه العوامل تأثير كبير فى وصول الإنسان الى مثل هذه الحالة وخضوعه لمثل هذا التأثير.

٢ـ نظرية التأثير على المدى الطويل أو التراكمى:

يرى هذا الاتجاه ان تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام فى المجال الرياضى على الجمهور يحتاج الى خبرة طويلة حتى تظهر اثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنيا تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات الرياضية وليس على التغيير المباشر الانى لسلوك الافراد.

إن الإنسان يحتاج إلى زمن طويل حتى يغير نمط تفكيره واسلوب حياته وطريقة تعامله مع الاشياء الموجودة فى البيئة المحيطة به واستمرار تعرضه عبر وسائل الإعلام الرياضية الى أفكار وقيم رياضية تختلف واسلوب حياته التى اعتاد عليها يؤدى به الى تبنى بعض تلك الافكار أو القيم الرياضية ويغير فى أسلوب حياته متأثرا بما يعرض عليه وبدرجه تختلف من فرد إلى آخر حسب تركيبة شخصيته وحالته النفسية والبيئة الاجتماعية التى يعيش فيها وكذلك نوع الوسيلة الإعلامية التى يتعرض لها ومضمون واهداف وسياسة كل منها.

ووفقا لهذا الاسلوب فإن استمرار تعرض الفرد الى المادة الإعلامية التى تنبذ مثلا العنف الذى يحدث فى الملاعب الرياضية بكل صوره واشكاله سواء من اللاعبين أو الجمهور أو المدربين واظهاره بصورة منافية للروح الرياضية السليمة من قبل الإعلام الرياضى يؤدى إلى قلة ظهور حوادث العنف هذه وبالتالى يمكن القضاء عليها على المدى الطويل (٧١ ـ ١٩).

٣ـ نظرية التطعيم أو التلقيح:

اشتق اسم هذه النظرية وفكرتها من الفكرة نفسها التى يقوم عليها أساسها التطعيم ضد الأمراض فالجرعات المتتالية من المفاهيم والقيم الرياضية التى نتلقها من الإعلام الرياضى تشبه الامصال التى تحقن بها لكى تقل أو تنعدم قدرة الجراثيم على التأثير فى اجسامنا فاستمرار تعرض الجمهور لمشاهد العنف والجريمة والتى تحدث فى الملاعب الرياضية مثلا يخلق لديهم حالة من اللامبالاة تجاهها وعدم النفور منها (٧١ ـ ٢١).

فحالة السلبية هذه تجاه الاشياء السلبية فى الإعلام الرياضى جاء نتيجة الحقن المنتظم لعقول هذه الجماهير بهذه الامصال الإعلامية مما ولد حالة من البلادة تجاهها اشبه بالحصانة التى يصنعها المصل حينما تلقح به ضد الامراض.

وحتى لانصل الى مثل هذه الحالة من البلادة واللامبالاة تجاه الأشياء السلبية فى المجال الرياضى كالعنف مثلا يجب أن تقوم الوسيلة الإعلامية بعمليات التوجيه والارشاد والوعظ تجاه ما يقدم ومحاولة نبذه واظهاره بصورة منافية للاخلاق والروح الرياضية!

فالرياضة اسمى من ان تكون ساحة للقتال أو النزاع بين منافسيها وانما هى تعمل على خلق المواطن اللائق اجتماعيا ونفسيا وبدنيا وعقليا وانفعاليا.

٤ـ نظرية التأثير على مرحلتين:

ويقصد بذلك انتقال المعلومات على مرحلتين حيث ترى هذه النظرية ان تأثير وسائل الإعلام فى المجال الرياضى على الجمهور يتم بشكل غير مباشر ويمر بمرحلتين هما:

المرحلة الأولى: هى ماتبثه أو تنشره وسائل الإعلام فى المجال الرياضى للجمهور فالذى نتلقفه مباشرة من وسائل الإعلام قد لايؤثر فينا كثيرا بل قد لانعيره أدنى اهتمام عند بث وسائل الإعلام لرسائلها وبتلقينا لتلك الرسائل (المعلومات) تنتهى المرحلة الأولى.

المرحلة الثانية: يبدئها من يسميهم علماء الاتصال بقادة الرأى فى المجتمع وهم كل الاشخاص البارزين داخل التجمعات الصغيرة فى المجتمع كجماعات الاصدقاء والزملاء فى النادى أو الفريق والاقارب. قادة الرأى هؤلاء هم بعض اصدقائنا أو اصحابنا أو ذوى الرأى فينا.

فالذى يحدث فى هذه المرحلة هو ان قادة الرأى هؤلاء قد شاهدوا نفس الذى شاهدناه أو قرأوا نفس الذى قرأناه فبدأوا بالحديث عنه بطريقة تنبهنا الى اشياء لم نفطن إليها وبأسلوب أكثر اقناعا من الطريقة التى عرضتها وسيلة الإعلام وقائد

الرأى هذا قد يكون له من النفوذ المادى أو الادبى أو كليهما ما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته الخاصة للرسالة الإعلامية مما قد يؤدى الى تأثرنا بكل جزء من مضمون تلك الرسالة.

ولبيان كيف يحدث هذا التأثير وفقا لهذه النظرية يمكن توضيح ذلك من خلال المثال التالى:

فلو ان بعض المراهقين أو المراهقات شاهدوا برنامجا رياضيا معينا تتضمن مشاهده عرضا لقيم معينة أو افكارا محددة حول مفهوم العنف مثلا ثم كان من الغد بدأوا يحدثون به زملاءهم الذين شاهدوه والذين لم يشاهدوه.

هنا يبرز دور قائد الرأى حينما يبدأ بتحليل الرسالة الإعلامية (البرنامج الرياضى) وبقية أعضاء المجموعة تهز رؤوسها مؤمنة على ما يقول. وحيث ان الأفكار التى قد ترد فى الرسائل الإعلامية التى تبثها وسائل الإعلام غير صريحة وغير مباشرة فى مدلولاتها فإن أى انسان يمكن ان يفسرها بالطريقة التى يراها هو أو على اساس تكوينه الثقافى وتنشئته الاجتماعية ومستواه التعليمى فمثلا:

الاعتراض على قرارات الحكام قد يفسره قائد الرأى على انه نوع من التعبير عن الرأى وتحقيق الذات. فقائد الرأى ليس فقط لاعب بارع بالالفاظ والمصطلحات يلويها كما يشاء بل انه يمارس دور المنبه الانتقائى لبقية افراد المجموعة.

فهو الذى يذكرهم مثلا بوابل الشتائم التى القاها احد اللاعبين على حكم المباراة كما أن قائد الرأى هو الذى يلفت انظار زملاءه الى الطريقة التى اعترض بها اللاعب على حكم المباراة.

ومن خلال معرفتنا بطبيعة هذه النظرية ووفقا لمفهومها ودرجة تأثيرها يجعلنا نأخذ الحيطة والحذر لامن المادة الإعلامية فقط أو الرسالة الإعلامية التى يبثها الإعلام الرياضى بل يجب ان نعم الحساب لقادة الرأي والأصدقاء وهنا يبرز دور المؤسسات الرياضية (الأندية ـ مراكز الشباب) والمؤسسات الاجتماعية وخاصة الاسرة فى توجيهها للابناء فى اختيار أو انتقاء جماعة الاصدقاء وفقا لضوابط ومعايير اجتماعية معينة.

٥ـ نظرية تحديد الاولويات:

استعير اسم هذه النظرية من فكرة جدول الأعمال الذى يبحث فى اللقاءات والاجتماعات. وفكرة النظرية على أنه مثلما يحدد جدول الأعمال فى أى لقاء ترتيب الموضوعات التى سوف تناقش بناء على أهميتها.

كذلك يقوم الإعلام الرياضى بالوظيفة نفسها أى له جدول أعمال خاصة وعلى اساسها ترتب الموضوعات وفقا لدرجة اهميتها فالاهم ثم الأقل أهمية.

وجدول أعمال الإعلام الرياضى هو مايبثه من برامج رياضية وما يعرضه من موضوعات رياضية حتى ليبدو لجمهور القراء أوالمشاهدين أو المستمعين أن هذه البرامج والموضوعات أولى وأهم من غيرها بالاهتمام. فحينما ينشر الإعلام الرياضى رسائل إعلامية معينة فإنه يوحى للمشاهد أو للقارئ أنه لاشىء يستحق الاهتمام فى هذا العصر أكثر مما يقرأ أو يسمع أو يشاهد كما ان الحيز الذى يوفره الإعلام الرياضى فى جدول أعماله لموضوع رياضى معين دليل على أهمية هذا الموضوع فمثلا تركيز الإعلام الرياضى على رياضة بعينها ككرة القدم مثلا يجعل أفراد المجتمع يشعرون بأنه لايحدث فى المجال الرياضى سوى مباريات الكرة وأنه لاشىء يستحق الاهتمام سواها.

فتركيز الإعلام الرياضى على موضوع معين أو شخص معين واعطاءه حيزا كبيرا يعنى للجمهور ان هذا الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما تجعله حاضرا باستمرار أو بكثرة فى الإعلام الرياضى كما ان الموضوعات أو الاشخاص الذين ليس لهم حضور فى الإعلام الرياضى ليس لهم أهمية لدى عامة الناس.

ومثال ذلك ان كليات التربية الرياضية فى مصر تضم الكثير من العلماء والباحثين فى مختلف العلوم الرياضية ولكن جدول أعمال الإعلام الرياضى لايدخلهم فى دائرة اهتماماته فانهم يعيشون فى الظل لايعرف الناس عن ابداعاتهم وابتكاراتهم وعطاءاتهم للبحث العلمى فى المجال الرياضى شيئا وتظل مجرد أوراق حبيسة المكتبات تكتظ بها أرفف هذه المكتبات وبالمقابل فإن لاعب

الكرة يكون مصدر لكثير من الرسائل الإعلامية التى يقدمها الإعلام الرياضى وتتصدر صوره اغلفة وصفحات الجرائد والمجلات ومقدمة ونهاية البرامج الرياضية على شاشات التليفزيون ويعتبرونه المثل والقدوة التى يجب ان يحتذى بها الشباب وفى نفس الوقت نرى بعض هؤلاء اللاعبين وهم يؤدون المباريات التى تنقلها أجهزة الإعلام وهم يعتدون على الحكام ويسبونهم بل ويعتدى بعضهم على البعض ولعل من الشىء المؤسف ان طالعتنا بعض الصحف عن ضبط ثلاثة لاعبين دوليين ضمن شبكة آداب* .

وفى نفس الاسبوع طالعتنا أيضا بعض الصحف عن قيام لاعب دولى ناشىء بالاعتداء على ضابط شرطة عندما قام بضبطه متلبسا بسرقة احد المواطنين ولم تذكر الصحف أيضا اسماء هؤلاء اللاعبين** بما يفتح المجال امام القارئ إلى أن يسىء الظن بجميع اللاعبين على حد سواء الدوليين منهم وغير الدوليين والكبار والناشئين الذين كانوا بالامس القريب يمثلون القدرة لهم كما يقدمها الإعلام الرياضى.

ونحن نتساءل أين القدوة هنا والتى يحرص الإعلام الرياضى على تقديمها للشباب. ان مايقدم من مواد إعلامية فى الإعلام الرياضى على هذا النحو من التناقض يصيب الشباب بالتمزق والبلبلة نتيجة سقوط المثل والقدوة له وبذلك يتحول الإعلام الرياضى إلى اداة ممزقة للشباب مما يؤدى إلى ابتعاده عن وجدان شعبه وتراب أرضه ويؤدى به إلى الاغتراب وفقدان الانتماء والهوية.

ان ما يقدمه الإعلام الرياضى من خلال جدول اعماله الان يدل على تراجع قيمة المثقفين وقادة الفكر فى المجتمع الرياضى امام طغيان مثل هذه العناصر وقد أدى ذلك إلى ضعف قدرة الفئة المثقفة على القيام بدورها فى القيادة الفكرية والعلمية فى المجال الرياضى.

وقد يرجع السبب فى ان الإعلاميون يحرصون على وضع لاعبى الكرة فى جدول اعمالهم دون غيرهم فى كل ما يقدمونه من مواد إعلامية رياضية وخاصة

* (الأهرام ٥/٢/١٩٩٧).

** (الأهرام ٦/٤/١٩٩٧)

البرامج التليفزيونية إلى سهولة إعداد واخراج البرامج لهم بل وتوافر موادها فى مكتبة التليفزيون والتى لاتخرج عن اختيار بعض الأهداف التى يحرزها هؤلاء اللاعبين فى المباريات ليشغل بها المساحة الزمنية لهذه البرامج سواء فى مقدمة هذه البرامج أو اثنائها أو فى نهايتها.

ولايكلفون انفسهم عناء الاجتهاد فى وضع مادة إعلامية تتناسب وطبيعة البرامج التى يستضيفون فيها رجال العلم والفكر فى المجال الرياضى فتكون المحصلة مزيدا من الضعف لهذه البرامج وبعدها عن تحقيق اهدافها ووجود تشابه وتكرار لمعظم فقراتها هذا ما اكدته دراسة اميمة حامد أبو الخير (١٩٧٩) حيث اشارت إلى أن برامج التليفزيون الرياضية تتشابه وتتكرر ولا تلبى احتياجات ورغبات الجمهور وهذا معناه افلاس معدى ومخرجى هذه البرامج.

ومما سبق يتضح لنا ضرورة الاهتمام بإعداد الكوادر الإعلامية القادرة على تحقيق هذه البرامج لاهدافها وفى نفس الوقت يجب على القائمين على الإعلام الرياضى وفقا لنظرية تحديد الأولويات هذه أن يضعوا القضايا الرياضية الهامة والملحة فى جدول أعمالهم بحيث يتم تناولها بالأسلوب والشكل الذى يتناسب ودرجة أهمية هذه القضايا حتى يمكن المساهمة فى وضع الحلول المناسبة وأن يكون لرجال العلم الرياضى من اساتذة كليات التربية الرياضية دوراً كبيراً وبارزاً فى جدول أعمال الإعلام الرياضى بما يمكن الاستفادة الكاملة من نتائج ابحاثهم ودراساتهم والخروج بها إلى دائرة الضوء والتى تقدم الحلول العلمية لكثير من القضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة بما يمكن الرياضة فى المجتمع من مسايرتها للتقدم العلمى والتكنولوجى فى الدول المتقدمة.

وهذا ليس معناه ايضا اغفال تقديم النماذج المشرفة من الابطال الرياضيين فى كل الرياضات من ذوى القيم والاخلاق والذين حققوا لمصر الكثير من الانجازات والبطولات الدولية والقاء الضوء عليهم والتركيز على الايجابيات حتى يكونوا بمثابة القدوة الحقيقية لافراد المجتمع بما يحقق الانتماء الحقيقى للوطن الذى يعكس أهمية تحقيق الرياضة لاهدافها.

٦ـ نظرية حارس البوابة:

اتت فكرة هذه النظرية من عمل الحارس الذى يقف على البوابة فيدخل من يشاء ويمنع من يشاء. وغالبا ما تتحكم الاعتبارات الشخصية فى قرار هذا الحارس. والنظرية من حيث استخدامها فى الحديث عن تأثير الإعلام الرياضى تنطلق من ان الاشخاص العاملين فى الإعلام الرياضى يتحكمون فيما يصل إليه الناس من مواد إعلامية.

إن هذا التحكم فى تدفق المواد الإعلامية للجمهور يقوم به رجل الإعلام كحارس يقف على بوابة الجماهير ويسمح بتمرير مواد اعلامية معينة لهم.

إن رجل الإعلام أو حارس البوابة من خلال هذا الدور يحدد للجمهور ما يجب ان يقرأه أو يشاهده أو يسمعه.

ولان وظيفة هذا الدور ذات طبيعة مزدوجة فحارس البوابة فى الوقت الذى اختار ان ينشر لهم شيئا معينا استحسنه هو فى نفس الوقت يحرمهم من قراءة أو مشاهدة شيء آخر.

فمثلا رئيس تحرير صحيفة رياضية ما هو الذى يقرر نشر خبر عن اعتداء لاعبى احدى الفرق على الحكم فى مباراة لكرة القدم وفى نفس الوقت يحجب خبر امتثال نفس لاعبى هذا الفريق فى مباراة اخرى لقرارات الحكم على الرغم من عدم صحة بعض هذه القرارات.

أو قد يصف أحد المحررين فى تعليقه على احدى المباريات ان الخشونة الزائدة من جانب بعض اللاعبين على أنه لعب رجولى. كما ان المحرر نفسه يستطيع ان يعيد صياغة هذا التعليق حيث يعتبر خشونة هؤلاء اللاعبين عنف غير مقبول ويعتبره أيضا خروج عن الروح الرياضية.

إن دور حارس البوابة الإعلامى مؤثر فى الجمهور من ناحيتين:

الأولى: من خلال ما يعرضه عليهم بناء على اعتبارات شخصية بحتة قد تكون تلك الاعتبارات الشخصية سياسة إعلامية مقصودة يراد من خلالها احداث

تغير ثقافى أو اجتماعى بالجمهور المستهدف وقد تكون تلك الاعتبارات وجهة نظر املتها تنشئة هذا الحارس الاجتماعية والثقافية.

ومهما كانت تلك الاعتبارات فإنها قد لايكون لها علاقة بمصلحة الجمهور من قريب أو بعيد.

الثانية: يكون تأثير حارس البوابة الإعلامى فى الجمهور من خلال ما يحجبه عنهم.

فإذا سمح بمرور رسائل إعلامية معينة فإنه بالتأكيد قد منع عنهم أخرى قد يكونوا فى حاجة إليها أكثر من التى عرضت عليهم وهناك مقولة إعلامية تقول:

الأكثر أهمية ليس الذى تم عرضه على الجمهور بل ذلك الذى لم يتم عرضه (٧١ ـ ٢٤: ٢٦).

ولذا فإن الفرد يجب عليه الا يعتمد فى استقاء معلوماته واخباره على وسيلة إعلامية واحدة بل عليه ان يتابع ويطالع كل ما يصدر فى الكثير من هذه الوسائل فالذى ينشر فى صحيفة ما قد لاتنشره صحيفة أخرى. ومن ناحية أخرى يجب ان يتحلى رجال الإعلام الرياضى بالامانة أو الموضوعية فى تناولهم للاحداث والموضوعات الرياضية التى تحدث فى المجال ووضع الأمور فى نصابها الصحيح بما يضمن تقديم خدمة إعلامية متميزة تحظى بثقة وتأييد الجمهور.

٧ـ نظرية الاستخدامات والاشباع:

هذه النظرية تنظر إلى العلاقة بين الإعلام الرياضى وجمهوره بشكل مختلف عن النظريات السابقة. ففى هذه النظرية الإعلام الرياضى هو الذى يحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التى يتلقاها بل ان استخدام الجمهور لتلك الرسائل لاشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة فى مضمون الرسائل الإعلامية التى يعرضها الإعلام الرياضى.

لذا ترى هذه النظرية ان الجمهور يستخدم المواد الإعلامية الرياضية لاشباع

رغبات معينة لديه. مثال ذلك الشخص الميال للعنف والمغامرات تستهويه مشاهدة احداث العنف التى يشاهدها فى الملاعب الرياضية من خلال التليفزيون أو قراءة تفاصيلها من الصحف والمجلات فيسعى جاهدا لاستخدامها لاشباع هذا الميل.

وكذلك اللاعب العصبى سريع الاستثارة يجد ذاته وراحته النفسية فى المشاهد التى يظهر فيها مثل هذا السلوك وهذا يشعره بأنه ليس وحده الذى يمارس هذا السلوك مما يدعم التوجه إليه أكثر وأكثر.

فنظرية الاستخدام والاشباع تنطلق من مفهوم شائع فى علم الاتصال وهو مبدأ التعرض الاختيارى وتفسيره ان الإنسان يعرض نفسه اختياريا لمصدر المعلومات (الإعلام الرياضى) الذى يلبى رغباته ويتفق وطريقته فى التفكير.

ان مفهوم التعرض الاختيارى الذى تقوم عليه هذه النظرية قد يصبح منطقيا فى مجتمع يسمح بعرض كل شىء من العنف والجريمة الى الاباحية والشذوذ الجنسى باسم حرية الفكر والتعبير (٧١ ـ ٢٧).

كما أن نظرية الاستخدامات والاشباع يكون لها تأثير ايجابى فى المجتمع الرياضى. طالما ان ما يقدمه الإعلام الرياضى فى هذا المجتمع خالى من العنف والعدوان ويعمل على كبح الخيالات المريضة بمعنى عدم مسايرتها للسلوكيات المريضة أو المنحرفة.



الفصل الثالث

أنواع تأثير الإعلام الرياضي

- تغيير الموقف أو الاتجاه
- التغيير المعرفى
- الاثارة الجماعية
- الاستثارة العاطفية
- الضبط الاجتماعى
- صياغة الواقع



الفصل الثالث

أنواع تأثير الإعلام الرياضى

هناك أنواع من التأثيرات يمكن أن يحدثها الإعلام الرياضى فى الجمهور وذلك (٧١ ـ ٣٠ ـ ٣٥) كالتالى :

(١) تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضى .

(٢) تغيير المعرفة الرياضية .

(٣) التنشئة الاجتماعية فى المجال الرياضى .

(٤) الاثارة الجماعية فى المجال الرياضى .

(٥) الاستثارة العاطفية فى المجال الرياضى .

(٦) الضبط الاجتماعى فى المجال الرياضى .

(٧) صياغة الواقع فى المجال الرياضى .

١ ـ تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضى:

ويقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية أو شخص ما وشعوره تجاهه وعلى هذا الموقف يبنى الإنسان على أساسه حكمه على الاشخاص الذين يصادفهم والقضايا التى يتعرض لها .

هذا الموقف قد يتغير سلبا أو ايجابيا رفضا أو قبولا حبا أو كرها وذلك بناء على المعلومات أو الحيثيات التى تقدم للإنسان .

والإعلام الرياضى لديه القدرة من خلال مايبثه من معلومات رياضية على تغيير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة حيث يعتبرونها مضيعة للوقت من

خلال قدرته على تغيير مواقفهم تجاه بعض الاشخاص الرياضيين والقضايا الرياضية المعاصرة فيتغير بالتالى حكمهم على هؤلاء الاشخاص وتلك القضايا.

فمثلا حينما يمدنا الإعلام الرياضى بعشرات الاحداث والمواقف عن احد الفرق الرياضية والتى يظهرها اعضاء هذا الفريق من عنف داخل الملعب والذى قد يتمثل فى الاعتراض على قرارات الحكام أو الاعتداء عليهم أو الاعتداء على لاعبى الفريق الاخر أو غير ذلك من مظاهر العنف.

تكون النتيجة ان القارئ قد يغير موقفه من هذا الفريق ويصبح هذا الفريق له سمعه غير طيبة ويقترن اسمه بكل احداث العنف أو الشغب داخل الملاعب. ومن الأمثلة الاخرى على تغيير الموقف الانتقال من حال العداء الى حال الموده أو العكس بين جماهير بعض الاندية حيث يقوم الإعلام الرياضى لتلك الأندية والمتمثلة فى جريدة كل نادى بدور كبير فى تشكيل موقف الجمهور ضد جمهور النادى الاخر مستغلة فى ذلك على سبيل المثال انتقال احد لاعبى الفريق من هذا النادى إلى النادى الاخر.

ومثال ذلك ماحدث عندما انتقل اللاعب رضا عبدالعال من نادى الزمالك إلى النادى الأهلى فى موسم ٩٣/ ١٩٩٤ حيث استطاعت جريدة نادى الزمالك ان تغير موقف جمهور نادى الزمالك تجاه هذا اللاعب فتحولت من تشجيعها وهتافها المستمر له إلى الهتاف ضده بل وصل إلى حد القذف والسب لهذا اللاعب.

كما أن تغيير المواقف والاتجاهات لايقتصر على الافراد والقضايا الرياضية فقط بل يشمل بعض القيم وانماط السلوك الرياضية فكثيرا ما قبل الناس سلوكا كانوا يأنفونه ويشمئذون منه وكثيرا ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة واستبدلوا بها قيما دخيلة كانت موضع استهجان فيما سبق.

ومن خلال العرض السابق يتبين لنا ضرورة ألايستقى الفرد معلوماته من مصدر واحد حتى لايرى الأمور من خلال وجهة نظر واحدة والتى قد تكون ناقصة أو منحازة لطرف على حساب الاخر.

٢ـ تغيير المعرفة الرياضية:

المعرفة الرياضية هى مجموع كل المعلومات الرياضية التى لدى الفرد وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والاراء التى تخص المجال الرياضى وكذلك السلوك الرياضى فهى بذلك اعم واشمل من الموقف أو الاتجاه.

ان التغير فى المواقف طارئ وعارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر أما التغير المعرفى فهو بعيد الجذور يمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمنا طويلا فيؤثر الإعلام الرياضى فى تكوين المعرفة الرياضية للأفراد من خلال عملية التعرض الطويلة المدى له باعتباره مصدر من مصادر المعلومات الرياضية فيقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقصة رياضية أو موضوع رياضى أو لمجموعة من القضايا والموضوعات الرياضية لدى الأفراد واحلال اصول معرفية رياضة جديدة بدلا منها.

إن تأثير الإعلام الرياضى فى طريقة تفكيرنا واسلوب تقييمنا للأشياء من خلال مانتلقاه منه من معلومات رياضية يؤدى إلى تحول فى قناعاتنا ومعتقداتنا الرياضية فالعقائد الرياضية حصيلة المعرفة الرياضية التى اكتسبناها أى ان عقيدتنا فى شيء هى نتاج ما علمناه عن ذلك الشيء.

فالإعلام الرياضى بما يملكه من امكانيات يستطيع ان يحدث تغيير فى المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع ان يوظف بعض المتغيرات كشخصية الانسان وخبرته فى بيئته الاجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافى ونفوذ قوى الضغط الاجتماعى المضادة فى المجتمع ويوجهها على ايقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذى يريده سواء ضد ما هو قائم ومناهض له أو مع ما هو قائم وداعم له (٩ ـ ٣٢، ٣٣).

٣ـ التنشئة الاجتماعية فى المجال الرياضى:

هناك مؤسسات معينة فى كل مجتمع قد تقوم بتنشئة الافراد وتثقيفهم رياضيا وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا اضافة الى تلقينهم المعارف والعقائد الرياضية التى تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة ومن هذه المؤسسات

المنزل والمدرسة والمراكز الدينية هذا بالاضافة إلى المؤسسات الرياضية كالاندية ومراكز الشباب والساحات الشعبية وغيرها.

ثم جاء عصر الإعلام الرياضى الذى لم يعد مجرد مساهم صغير فى عملية التنشئة بل اصبحت عامل هام ومؤثر فى هذه العملية لقد دخل الإعلام الرياضى كل بيت وخاطب النشء والشباب والكبار واقتحم كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة مرورا بالثقافة الرياضية الى الترويح الرياضى.

لقد تضاءل دور مصادر المعلومات وفرق التلقى الاخرى امام طوفان الرسائل الإعلامية للإعلام الرياضى التى استخدمت اعظم ما توصل إليه العقل البشرى من تكنولوجيا فى مجال الاتصال استهدفت باسلوب جذاب العقول والوجدان فى المقابل استسلم الإنسان وسلم اطفاله لهذا المربى الذى صار يقوم بدور الأب والأم فى بعض الأحيان.

كثير من الناس يتعامل مع الإعلام الرياضى على أنها مجرد اداة ترفيه أو مصدر للأخبار الرياضية ليس أكثر. إن هذه النظرة تعد نظرة ضيقة اذ ليس هناك ترفيه برئ ولا أخبار محايدة إن كل ما نسمعه أو نراه أو نقرأه فى الإعلام الرياضى لايخرج عن إزالة قيمة من القيم السلبية فى المجال الرياضى وتثبيت اخرى محلها ايجابية أو ترسيخ شيء قائم والتصدى لاخر قادم وهذا هو المقصود بالتنشئة الاجتماعية فى المجال الرياضى.

ويمكن تطبيق ذلك على المثال التالى:

إن مشاهدة الفرد مثلا لتمثيلية تليفزيونية ساخرة تعرض مواقف مضحكة لشخص متعصب فى تشجيعه لفريق ما والفرد المشاهد قد يفرط فى الضحك لان ما يراه فعلا يثير الضحك لطرفته.

القيمة المشحونة فى رسالة إعلامية كهذه لايراها ذلك الشخص وهو يتفرج على ما يعتقد أنه تسلية أو ترويح يرىء تلك القيمة هى التى تسلل الى اللاشعور لتشكل موقفا أو اتجاها من التعصب.

ان الفرد سيكون اقل تجاوبا مع الرسالة الإعلامية التى تقول له بشكل مباشر كمقالة فى صحيفة مثلا : ان التعصب اسلوب غير حضارى و امر مزعج ومثير للسخرية .

فى حين أنه قبل هذا الرأى حينما تم عرضه عليه من خلال تلك التمثيلية .

فانه من الضرورى التنسيق بين أجهزة الإعلام المختلفة بصفة عامة والإعلام الرياضى خاصة فى معالجة القضايا العامة التى تشغل الرأى العام وتمس الأمن القومى ووحدة الشعب حتى لايحدث تناقض بين ما يقدم فى هذه الأجهزة وما يراه الفرد فى البيت وبين ما يتعلمه فى المدرسة أو النادى أو مركز الشباب وبين مايسمعه فى المسجد فيحدث نوع من البلبلة والتشتت فى فكر وسلوك هذا الفرد قد يصل به إلى حد الاغتراب وفقدان الهوية والانتماء وبالتالى لجوءه إلى وسائل العنف والإرهاب واستغلاله للحشود الجماهيرية التى تتواجد لمشاهدة المنافسات الرياضية لاثارة العنف والقيام باعمال الشغب .

٤ـ الاثارة الجماعية:

من خصائص الإعلام الرياضى قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور وهذا يمثل وجه من الوجوه الايجابية للإعلام الرياضى إلا أن الوجه السلبى له يتمثل فى اساءة استخدام ذلك .

ففى البطولات الرياضية الدولية يقوم الإعلام الرياضى بمهمة الحشد الجماهيرى لضمان مؤازرة فرقها القومية حيث تعمل على استنهاض الحس الوطنى أو الشعور القومى للجماهير لدفعها الى الالتفاف حول الفريق من أجل تحقيق الفوز هذا ما يسمى بالاثارة الجماعية .

وعملية الاثارة الجماعية التى يقوم بها الإعلام الرياضى يمكن ان تحدث فى أى وقت لكنها انجح ما تكون فى وقت الازمات كالسخط الجماهيرى الذى يحدث نتيجة هزيمة بعض الفرق وخاصة الفرق القومية وخروجها من احدى البطولات الدولية كالتصفيات النهائية لكأس العالم لكرة القدم الذى كان يعد بمثابة الحلم لهذه الجماهير نتيجة للتقصير الواضح فى اداء اللاعبين والاخطاء

الفادحة فى التشكيل فى وقت هم كانوا فيه اقرب للفوز من الفرق الاخرى. وخاصة وان كانت هذه البطولة مقامة على أرضه ووسط جمهوره.

إن حسن التصرف فى أوقات الأزمة والقدرة على التعامل مع معطيات وظروف تلك هذه الأزمة يسمى فن إدارة الأزمات يدخل فى هذا الفن توظيف الإعلام الرياضى للتأثير فى الجماهير ودفعها فى الاتجاه الذى يراد للأزمة ان تسير فيه أى اثارة الجماهير وتحريكها لتتكيف مع ظروف هذه الأزمة.

وحتى يمكن تجنب مثل هذه الأزمات لابد ان يتميز الإعلام الرياضى بالموضوعية فى تقديمه للمادة الإعلامية وان يضع الأمور فى نصابها الصحيح بعدم المغالاة والمبالغة فيها وان يعمل على تهيئة الجماهير لمثل هذه الأزمات على اساس ان الرياضة فوز وهزيمة وحتى يكون هناك غالب لابد وان يكون هناك مغلوب فالرياضة مجال للتنافس الشريف تحث على الكفاح وبذل الجهد أما النتيجة فيكون للتوفيق دور كبير فيها وهذا هو الهدف الاسمى للرياضة.

٥ـ الاستثارة العاطفية:

الإنسان فى موقفه من المثيرات الحسية أو المنبهات الذهنية التى تواجهه يتنازعه امران: المشاعر والعواطف أو المنطق والعقل ونستطيع أن نتحدث عن عقل ومنطق واحد لكن هناك عدة مشاعر وعدد من العواطف هناك الحب والكراهية ـ الحزن والسعادة ـ الرضا والغضب ـ وغيرها من المشاعر.

العقل هو عدم الاستجابة التلقائية لما يعترض الإنسان من مثيرات حيث يخضع السلوك الإنسانى استجابة لمثير ما إلى حسابات دقيقة يقدر فيها الربح والخسارة. والعواطف كامنة داخل الفرد يتم استثارتها حينما يفقد العقل أو المنطق دوره فى السيطرة عليها وكثيرا ما يحدث ذلك. والانسان مهما بلغ من جهد لايستطيع دائما السيطرة على عواطفه من خلال تحكيم عقله، فلو استطاع ضبط مشاعر الغضب فإنه لايستطيع ان يتحكم فى مشاعر الحزن أو الكراهية أو الحب على سبيل المثال.

والإعلام الرياضى يتمتع بقدرة فائقة فى التعامل مع عواطف الإنسان من خلال استخدامه لاساليب العرض بما تملكه من امكانات تخاطب الفكر والوجدان فمثلا يستطيع الإعلام الرياضى ان يجعلنا نتعاطف مع الضحية بل ونبكى معها حينما تعرض لنا مشاهد المعاناة والالم التى تعرضت لها كاعتداء الجمهور على حكم احدى المباريات مما أودى بحياته أو كالتى حدثت فى كولمبيا عندما قام احد أفراد الجمهورية باطلاق النار على أحد اللاعبين لاهداره ضربة جزاء كانت سببا فى خروج فريقه من كأس العالم ١٩٩٤*.

وفى احيان اخرى نشعر بالحزن والاسى حينما نقرأ فى احدى الصحف عن لاعب اصيب اصابة خطيرة تمنعه من اللعب مدى الحياة فالإعلام الرياضى بما يقدمه لنا من معلومات يجعلنا نحب أو نكره نشجب أو نتضامن ندين أو نؤيد.

فمثلا قد يقدم لنا الإعلام الرياضى مبررات لهزيمة فريقنا القومى وخروجه من بطولة الأمم الافريقية نتيجة لظلم الحكام على الرغم من ان هذه المبررات قد لاتقوم على سند صحيح.

كما أننا فى الوقت نفسه وبناء على تلك المعلومات والمبررات الخاطئة قد نكره حكام هذه المباراة ولانحزن للاذى الذى قد يتعرضوا له من الجماهير وتجاهله لادانة أو شجب هذا السلوك غير الرياضى من جانب هذه الجماهير بحجة انهم السبب فى هزيمة الفريق وخروجه من البطولة.

٦ـ الضبط الاجتماعى فى المجال الرياضى:

تمثل عملية الضبط الاجتماعى إلى جانب المؤسسات الأمنية والاجتماعية عنصرا مهما فى المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملاعب الرياضية مما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس الشريف واظهار قدراتهم وابداعاتهم الرياضية.

ويقصد بالضبط الاجتماعى فى المجال الرياضى هى السلطة غير المرئية التى يحسب الفرد حسابها سواء كان لاعبا أو مشاهدا أو مدربا أو غير ذلك اثناء اجراء المنافسة الرياضية فتجده يتصرف بطريقة متفقة مع النظام القائم من قواعد وقوانين

* الأهرام ١٥/٧/١٩٩٤.

منظمة للعبة بغض النظر عن رضاه أو قناعته بذلك فى ظل عدم رؤية الحكم له بالنسبة للاعب أو المدرب أو فى ظل غياب رجل الأمن بالنسبة للجمهور.

فاحيانا يحدث فى مباريات كرة القدم ان يقوم بعض اللاعبين بالاعتداء بالضرب على اللاعب المنافس من خلف ظهر الحكم.

فالإعلام الرياضى بما يملكه من امكانيات وقدرات كبيرة يمكنه من التأثير الايجابى والفعال فى الجمهور واللاعبين فيحقق لنا الضبط الاجتماعى المنشود فى المجال الرياضى بما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس والابداع والجمهور بالمشاهدة والاستمتاع.

وللضبط الاجتماعى فى المجال الرياضى ثلاثة أنواع هى:

(١) عرف المجتمع الرياضى وتقاليده.

(٢) الضبط الاجتماعى الداخلى وهو مرتبط بالقيم الرياضية للشخص وقناعاته بها.

(٣) الضبط الاجتماعى الخارجى وهو متعلق بقبول الاخرين وموافقتهم (١١٦ ـ ١٧٠).

الأول: يتحقق من خلال مراعاة القيم والتقاليد والاعراف الرياضية التى قبلها المجتمع الرياضى على مر تاريخه فمثلا قيمة ضبط النفس اذا تعرض اللاعب لخشونة زائدة من اللاعب المنافس التى نقلتها المجتمعات الرياضية الإسلامية من تعاليم الإسلام كحديث الرسول صلى الله عليه وسلم:

«ليس القوى بالصرعة لكن القوى من يملك نفسه وقت الغضب»*.

هذه القيمة تأخذ جزء رفيعا فى منظومة القيم الرياضية فى تلك المجتمعات ويندر ان نجد شخصا مهما ضعف دينه أن يتجاهل هذه القيمة ولايقيم لها اعتبارا.

الثانى: يتحقق على ضوء المعايير والقيم الرياضية التى يلزم الفرد بها نفسه فمثلا: قد يتبنى لاعبى احدى الفرق الرياضية فى كرة القدم طريقة أو اسلوب للتعامل مع الفرق الأخرى كاخراج الكرة خارج خط التماس وهو مستحوذ عليها لاعطاء الفرصة لعلاج لاعب اصيب من الفريق الاخر المنافس فيعرفون بها حتى

* رواه الترمذى عن ابى هريرة رضى الله عنه.

تصير نوعا من الضبط الاجتماعى فى المجال الرياضى الذى يمارسه اللاعب على نفسه مهما اختلفت الظروف والمواقف بمعنى أنه يمكن ان يمارسه وهو فى حالة الفوز أو الهزيمة.

الثالث: يتحقق من خلال التزام الإنسان بالتصرف بالطريقة نفسها التى يتصرف بها الاخرون حيث لايستطيع الفرد ان يخالف هذه الطريقة والا اعتبر خارجا عن التقاليد والاعراف الرياضية.

والإعلام الرياضى بما يملكه من امكانات اصبح من أهم ادوات عملية الضبط الاجتماعى فى المجال الرياضى أولا: لكونه ذو طبيعة جماهيرية وثانيا: لاعتماد الناس عليه كمصدر قد يكون هو الوحيد للكثير من المعلومات الرياضية لقطاع كبير من الجمهور. جعله قادر على ان يجمع الناس إن لم يحدد لهم ما يصح ومالا يصح القيام به من سلوكيات رياضية وخاصة فيما يتعلق بالقيم والمعتقدات الرياضية.

ان ترويج الإعلام الرياضى لاراء أو أفكار رياضية معينة والتعتيم على ما يخالفها يجعلها تخلق مايشبه العرف الرياضى الذى يتفق الجمهور على قبوله بل ويحاذر الناس من مخالفة ما عمل الإعلام الرياضى على ان يجعله اجماعا.

فمثلا كرة القدم النسائية واهتمام الإعلام الرياضى بها وابرازها والقاء الضوء عليها واحتلالها لمساحات كبيرة سواء فى الصحافة أو الاذاعة للإعلان عنها والدعاية لها وذلك من أجل تشكيل رأى عام واجماع يقبل ممارسة الفتاة لكرة القدم.

٧ـ صياغة الواقع:

حيث يقوم الإعلام الرياضى بصياغة الواقع الرياضى ويقدمه للجمهور كما هو ويقصد بالواقع هو: ذلك الجزء الذى يعرضه أو ينشره الإعلام الرياضى حول الاحداث والقضايا والموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضى حيث يبدو وكأنه واقعى وطبيعى ومعبر عن الحقيقة. وهذا ما يجب أن يكون عليه

الإعلام الرياضى ولكن فى احيان اخرى قد يتجاهل الإعلام الرياضى صياغة هذا الواقع فمثلا قد يكون عدم اهتمام الناس بنوع من الرياضة هو السمة السائدة فى مجتمع ما لكن الإعلام الرياضى من خلال تركيزه على جزء صغير من المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضة يعطى انطباعا مختلفا عن الواقع الحقيقى السائد فى هذا المجتمع ومثل هذا النوع من السياسة الإعلامية للإعلام الرياضى تكون عواقبه وخيمة ومثال ذلك . .

عندما يصوغ لنا الإعلام الرياضى واقع الفريق القومى وكيف انه فريق لا يقهر وتسخر امكانياته فى ابراز قدرات هذا الفريق الفنية والبدنية والخططية ولكن فى أول احتكاك رسمى له فى بطولة ما انهزم الفريق هزيمة تقيله وكان اداء لاعبيه سيئا، وبذلك اكتشفت الجماهير ان ما قيل عن واقع هذا الفريق لم يكن الا واقعا غير صحيح صاغه الإعلام الرياضى وبالتالى يفقد مصداقيته لدى هذه الجماهير وينصرف عن متابعة ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية بل وقد يفقد اهتمامه بالرياضة عموما وبشكل نهائى .

وبالتالى يكون الإعلام الرياضى قد أضر بالرياضة وخرج بها عن نطاق تحقيق رسالته فلذا يجب على القائمين على الإعلام الرياضى ان يقوموا بصياغة الواقع كما هو دون مزايدة أو نقصان حتى لايصيب الجمهور بالتمزق ويفقد الثقة فى المجتمع الرياضى بصفة خاصة ومجتمعه الاصلى بصفة عامة .

الفصل الرابع

شروط تأثير الإعلام الرياضي

- شروط لها علاقة بالمصدر (نوع الوسيلة الإعلامية) .
- شروط لها علاقة بالبيئة (المحيط الاجتماعى)
- شروط لها علاقة بالرسالة الإعلامية
- شروط لها علاقة بالجمهور



الفصل الرابع
شروط تأثير الإعلام الرياضى

حتى يمكن للإعلام الرياضى أن يحدث التأثير الذى سبق الاشارة إليه وفقا لنظرياته وانواعه يتوقف ذلك على مدى توافر بعض العوامل والشروط تلك العوامل هى التى يمكن فى ظلها أن يؤثر الإعلام الرياضى فى الجمهور.

وكما سبق الإشارة أيضا أن الإنسان ليس حاله سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التى يتعرض لها انما تأثره تتدخل فيه متغيرات كثيرة بعضها نفسى له علاقة بشخصية الإنسان وبعضها اجتماعى له علاقة ببيئته الاجتماعية وبعضها رياضى يتعلق بالفترة الزمنية التى قضاها الانسان فى الملاعب الرياضية سواء كان ممارسا للرياضة أو مشاهدا لها وما صاحب ذلك من خبرات متنوعة.

هذه المتغيرات هى الشروط التى يجب توافرها لحدوث التأثير هذه الشروط أو العوامل تنقسم إلى عدة أنواع (٧١ ـ ٤١) وهى كالتالى:

(١) شروط لها علاقة بالمصدر أى نوع الوسيلة الإعلامية التى يتعرض لها الفرد فى المجال الرياضى (المرسل).

(٢) شروط لها علاقة بالبيئة المحيطة التى تبث فيه الرسالة الإعلامية.

(٣) شروط لها علاقة بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية.

(٤) شروط لها علاقة بالجمهور (المستقبل).

أـ الشروط التى لها علاقة بمصدر الرسالة الإعلامية الرياضية:

١ـ خبرة المصدر: حيث تضفى الخبرة التى يتمتع بها مصدر الرسالة الإعلامية الرياضية قدرة تأثيرية على رسالته والخبرة يقصد بها مدى معرفة صاحب الرسالة

(المرسل) بالموضوع الذى يتحدث عنه فكلما كان الشخص (المرسل) ملما بموضوع الرسالة الإعلامية التى يوجهها كلما كان تأثيره أو تأثر المتلقى عنه (المستقبل) أكبر والعكس صحيح.

فمثلا حينما يتحدث استاذ بكلية التربية الرياضية عن تشكيل حمل التدريب مثلا تكون قدرته اشد فى التأثير على الجمهور عما لو كان المتحدث طالبا فى ذات الكلية وقد ينعدم حينما يكون المصدر (المتحدث) لا علاقة له بالتدريب الرياضى.

٢ـ **المصداقية:** حيث تزداد قوة تأثير المصدر كلما استحوذ هذا المصدر على ثقة الجمهور بمصداقيته معه ويقل هذا التأثير تبعا لضعف هذه الثقة أو المصداقية إلى أن قد تتلاشى تماما.

٣ـ **وسيلة الإعلام الرياضية:** حيث تتفاوت وسائل الإعلام الرياضية فى درجة تأثيرها على الجمهور بفعل عوامل كثيرة طبقا لقدرات وامكانيات كل وسيلة منها فالاذاعة غير الصحافة غير التليفزيون.

٤ـ **احتكار وسيلة الإعلام الرياضية:** حيث يؤدى احتكار وسيلة الإعلام الرياضية الى احادية فى مصدر التلقى. هذه الاحادية تؤثر فى الفرد من حيث انها تلقى التنوع فى الاراء والأفكار ووجهات النظر الرياضية الذى على أساسه يستطيع الفرد ان يشكل تصورا محايدا من خلال الاختيار بين عدة بدائل.

إن الذى يحدث فى حالة احتكار وسائل الإعلام الرياضية من قبل بعض الافراد أو الهيئات أو المؤسسات الرياضية كالاندية مثلا هو تعرض الإنسان لنفس الرسالة الإعلامية الرياضية بطرق واشكال مختلفة كما يراها هؤلاء الافراد أو تلك المؤسسات فإنها ستعبر عن نفس التطور سواء نشرت فى الصحف أو بثت فى الإذاعة أو حتى عرضت فى التليفزيون.

ب ـ الشروط التى لها علاقة بالبيئة المحيطة (المحيط الاجتماعى)

إن البيئة التى يعيش فيها الإنسان تمثل عاملا مساعدا للإعلام الرياضى لكى يحدث التأثير المتوقع فيه وذلك عن طريق:

١ـ قادة الرأى واصحاب المكانة الاجتماعية فى المجال الرياضى:

حيث ان معظم الناس فى محيطهم الاجتماعى يقيمون اعتبارا لرأى بعض الأفراد الذين يتمتعون بمكانة خاصة فى المجتمع الرياضى هذه المكانة قد تكون بسبب تفوقهم الرياضى أو العلمى فى المجال الرياضى أوشهرتهم كلاعبى كرة القدم.

واذا حدث ان هؤلاء الافراد وبعضهم استحسنوا شيئا مما يعرض أو ينشر فى الإعلام الرياضى فإنه من المتوقع ان يجد رأيهم هذا قبولا لدى الاخرين.

وهذا يعلل قيام الشركات بالاستعانة بلاعبى الكرة المشهورين فى الدعاية والإعلان عن منتجاتهم.

٢ـ الحالة التى عليها المجتمع:

حيث تؤثر حالة المجتمع الرياضية فى قدرة الإعلام الرياضى على التأثير فى الجمهور لان مضمون الرسالة الإعلامية الرياضية لكى يؤثر لابد وان يعكس واقع المجتمع بشكل أو باخر.

فهناك مثلا رياضات لها شعبية كبيرة فى مجتمعات معينة لايكون لها نفس الشعبية أو الاهتمام بها فى مجتمعات اخرى.

فمثلا كرة القدم فى الولايات المتحدة الأمريكية لاتجد نفس الاهتمام والشعبية مثل رياضة البيسبول ومصارعة الثيران فى اسبانيا تستحوذ على اهتمام غالبية الشعب الاسبانى.

لذا فالرسالة الإعلامية الرياضية التى تتحدث عن رياضة البيسبول فى امريكا ومصارعة الثيران فى اسبانيا تجد صداها لدى جمهور كلا من هاتين الدولتين وذلك بالمقارنة بجماهير البلاد الاخرى التى قد لاتجد هذه الرسالة أى صدى يذكر لها.

فالرسالة الإعلامية هى انعكاس لواقع هذه الجماهير وتعبر عن اهتماماتهم.

جـ ـ الشروط التى لها علاقة بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية:

يتأثر الجمهور بنسب متفاوته بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية اذا ما توافرت فيها العوامل الاتية (٧١ ـ ٥٣):

(١) أن يكون مضمون الرسالة الإعلامية الرياضية يتعلق بقضية رياضية تشغل الرأى العام الرياضى.

(٢) تكرار عرض الرسالة الإعلامية الرياضية.

(٣) طريقة عرض الرسالة الإعلامية الرياضية.

(٤) طريقة صياغة الرسالة الإعلامية الرياضية.

١- أن يكون مضمون الرسالة الإعلامية الرياضية يتعلق بقضية رياضية تشغل الرأى العام الرياضى:

فالقضايا الرياضية التى يعيشها الجمهورفى حياتهم العامة والخاصة هى التى تشد انتباههم ويتفاعلون معها فاذا ما تبنى الإعلام الرياضى قضية من هذه القضايا الرياضية المعاصرة والتى تمس نبض الشارع الرياضى فانها ستستحوذ على اهتمامهم وسيتابعون تفاصيلها وسيتأثرون بالمعلومات التى تقدم لهم حول هذه القضية خصوصا اذا كان الإعلام الرياضى هو المصدر الوحيد والاساسى لهذه المعلومات. اما اذا كان مضمون هذه الرسالة بعيدا عن اهتمامات الجمهور فإنه فى هذه الحالة سينصرف عن متابعة ما يقدمه الإعلام الرياضى.

وحتى يمكن لرسالة الإعلام الرياضية ان تحقق التأثير الايجابى فى نفوس الجماهير يجب ان يقوم الإعلام الرياضى بتناول ومعالجة القضايا والمشكلات الرياضية فى حينها وذلك اثناء استحواذها على اهتمامات الجماهير ولاينتظر حتى تخرج من دائرة اهتمام الجماهير بها وبالتالى لاتحقق ادنى تأثير على هذه الجماهير.

٢- تكرار عرض الرسالة الإعلامية الرياضية:

يتأثر الإنسان بالرسالة الإعلامية من خلال أربع مراحل مسلسلة وهى كالتالى:

أ- التعرف.   جـ- الحفظ.

ب- التفسير.   د- الاسترجاع.

فالفرد الذى يتعرض لمعلومة يسعى الى التعرف عليها ثم تفسيرها من خلال

مقارنتها بما لديه من خبرات سابقة ثم يحفظها فى ذاكرته وبالتالى يمكن استرجاعها حينما يحتاج اليها.

إن تكرار تعرض الإنسان للرسالة الإعلامية (المعلومات) لمرات عديدة تجعله ينتبه إليها وبعد مرورها بالمراحل السابق الاشارة إليها يكتسبها كمعلومة ومن ثم يمكنه التأثر بها.

وبالتالى يمكن للإعلام الرياضى استثمار هذه الخاصية فى التأكيد على السلوكيات الايجابية فى الملاعب الرياضية من خلال تكراره عرض المباريات التى يتحلى فيها اللاعبين بالروح الرياضية كالالتزام بقرارات الحكام وتميز اللاعبين باللعب النظيف والتزام الجمهور بالتشجيع المثالى وغيرها من السلوكيات الطيبة أو الحميدة سواء كانت هذه المباريات محلية أو دولية هذا من شأنه يعمل كل اكتساب اللاعبين والجمهور لكثير من هذه السلوكيات الطيبة والتى تتمشى مع الهدف من الرياضة.

٣ـ طريقة عرض الرسالة الإعلامية الرياضية:

نتيجة للتطور الهائل للإعلام الرياضى ودخوله المجال التكنولوجى الحديث تضاعفت لمرات عديدة التأثيرات التى تحدثها تلك الرسائل فى الجمهور فلم يعد الفرد يتعامل مع الرسالة الإعلامية الرياضية مجردة وبشكل مباشر. فالرسالة الإعلامية أصبحت تأتيه محفوفة بكثير من المؤثرات النفسية والسمعية والبصرية واصبح الاخراج (طريقة العرض) فناً قائما بذاته له مجالاته العلمية والفنية والاكاديمية وله اقسام خاصة لدراسته بالمعاهد الفنية المختلفة مما اعطى الفرصة للعقول لان تبدع فيه اعمالا خلاقة.

ففى الإعلام الرياضى الصحفى تم توظيف الصورة والالوان وحجم الخطوط والرسوم التوضيحية والخلفية المظللة ومكان النشر فى الصحيفة أو المجلة الرياضية وغيرها من عناصر الاخراج لدعم عنصر التأثير فى الرسالة الإعلامية الرياضية أما فى البرامج التليفزيونية الرياضية فقد كان التقدم فى استخدام التكنولوجيا الحديثة والمتطورة وتوظيفها فى عرض الرسالة الإعلامية الرياضية مذهلا. لقد خرجت

عدسة تصوير البرامج الرياضية التليفزيونية من الغفر (الاستوديوهات) إلى الفضاء الرحب لتغطية الأحداث الرياضية فى حينها والاختلاط بالجماهير فى الشوارع واماكن العمل لقياس نبض هذه الجماهير تجاه هذه الاحداث والقضايا الرياضية المثارة أو المعاصرة بل وتطير معهم عبر الفضاء لتغطية الاحداث الرياضية العالمية فى حينها أيضا فأصبح كل شىء حيا. كما قامت بتوظيف الالوان والمؤثرات الصوتية فكادت ان تجعل كل شىء حقيقة فأصوات الجماهير واللاعبين وتعبيرات الوجه وغيرها من المشاهد تجعل المشاهد يتفاعل مع الرسالة الإعلامية الرياضية كما لو كان جزء منها يعيشها لحظة بلحظة كما ولو كانت تحدث فى بيته.

لقد صار الواقع النفسى على الإنسان شديدا حيث لم تعد الرسالة الإعلامية تأتيه بريئة مباشرة بل تأتيه ضمن حشد ضخم من المؤثرات التى تستهدف عقله وسمعه وبصره وعواطفه فتحرك كوامن نفسه وكوامن غريزته وتجعل الواقع الصعب قريب المنال والمستحيل ممكنا.

٤ـ طريقة صياغة الرسالة الإعلامية الرياضية:

تحتل صياغة الرسالة الإعلامية الرياضية عاملا من العوامل التى تسهم فى تأثير هذه الرسالة على الجمهور. فإذا كان العامل السابق طريقة العرض يتعامل مع الحس أى مع ما هو ظاهر ومسموع تبصره العين وتسمعه الاذن فإن عامل صياغة الرسالة يخاطب العقل والفكر والخيال.

فالصياغة اذن المقصود بها هو الطريقة التى تقدم من خلالها الفكرة التى تقوم عليها الرسالة نفسها. أو هى القالب الذى تصاغ فيه افكار الرسالة من خلال الاستخدام الذكى للغة والترتيب المنطقى للوقائع والاحداث ويطلق عليه فى الصحافة الرياضية اسم الاسلوب وفى البرامج الرياضية الاذاعية والتليفزيونية اسم السيناريو.

فيجب ان تعرض الرسالة الإعلامية الرياضية بطريقة جذابه ومؤثرة فلو كانت الصياغة رديئة فانه يضعف من فرصة تأثيرها على الجمهور ولو سقنا مثالا على

الطريقة التى تؤثر فيها صياغة الرسالة الإعلامية الرياضية فى الجمهور من خلال قصة فتاة حيث تهدف هذه الرسالة الى الترويج لقيم معينة لها علاقة بمفهوم الرياضة النسائية وذلك فى مجتمع يرفض ممارسة الرياضة للنساء ويعتبره امرا خارج عن التقاليد والاعراف الخاصة لهذا المجتمع فليس من السهل عرض رسالة اعلامية مباشرة تدعو المرأة الى التمرد على القيم السائدة وتشجيعها صراحة على ممارسة الرياضة.

هنا تتدخل الصياغة فتقدم قصة فتاة سافرت فى رحلة الى مجتمع يسمح للفتاة بممارسة الرياضة واستطاعت ان تتغلب على كثير من المواقف المحرجة والمحبطة بعد سلسلة من الاحداث والمغامرات المثيرة.. وحققت نجاحا كبيرا فى الرياضة التى تمارسها فنالت بها اعجاب كل من قابلها وفوق كل ذلك اثبتت ان العزيمة تقهر المستحيل ثم هى أيضا بكل تواضع تروى تجربتها لبنات جنسها.

الرسالة الإعلامية بفكرتها هذه بمضمونها الذى لم تصرح به فانها قد تؤدى الى نتائج عكسية لو قدمت مباشرة للقارئ أو المشاهد أو المستمع لكن من خلال تقديمها بهذا الايقاع المثير وبتلك الصياغة الذكية تحدث الاثر المطلوب.

الرسالة الإعلامية الرياضية من خلال هذا الأسلوب توهم الجمهور بأنها لاتدعوهم لفعل ما تفعله الفتاة صاحبة القصة انها فقط تقدم لهم قصة تلك الفتاة وعلى كل شخص يفهمها بالطريقة التى تناسبه وان يفهم منها ماينا سبه هذه الفتاة اكتسبت احترام وتقدير كل من اطلع على قصتها بل اصبحت قدوة ومثل لكل فتاة من بنات جنسها حيث تمنت كل منهن ان تكون مكانها. اليس هناك سفر واستمتاع وتغلب على المواقف المحرجة ونيل اعجاب الاخرين وقهر المستحيل من خلال الإرادة والتحدى والعزيمة الصلبة لهذه الفتاة.

إنها باختصار مغامرة مثيرة لايقف فى وجهها الا القيم والعادات والتقاليد هذا هو الذى استقر فى العقل الباطن اما المغامرة واللذة والمواقف الممتعة فإنها تتلاشى بعد فترة ويبتلعها ما يستجد من احداث يومية هو ما يطلق عليه الازاحة

العقلية والتى تخرجها عن دائرة اهتمامات الفرد وبالتالى تحقق الرسالة الإعلامية من خلال هذه الصياغة التأثير المرغوب فيه وبما يتوافق مع اهداف هذه الرسالة.

د- الشروط التى لها علاقة بالجمهور (المستقبل):

ان الجمهور خليط متباين من الافراد يختلف كل فرد فيه عن الاخر بالكيفية التى يستقبل فيها الرسالة الإعلامية الرياضية وهناك عوامل لها علاقة بالجمهور يجب توافرها حتى يحقق التأثير المتوقع من الإعلام الرياضى وهذه العوامل هى:

(١) نوع الجمهـور. (٢) الموقع الاجتماعى للفرد.

(٣) معتقدات الجمهور. (٤) ادراك المتلقى للرسالة الإعلامية (٧١ـ ٦١، ٦٢).

١- نوع الجمهور:

يختلف تأثير الرسالة الإعلامية الرياضية باختلاف المتلقى أو المستقبل لها الناشئين يتأثرون أكثر من الكبار والمراهقين أكثر من الراشدين كما يختلف أيضا الرجال عن النساء بالكيفية التى يتلقون بها هذه الرسالة نظرا لوجود الكثير من المتغيرات الفسيولوجية والنفسية التى تميز كل مرحلة عن الاخرى وكل جنس عن الأخر.

كما ان طول تجربة الفرد وسعتها تؤثر كثيرا فى طريقة تعامله مع المعلومات الرياضية التى تقدمها له الرسالة الإعلامية الرياضية لذلك نجد أن الاطفال أو الناشئين هم أكثر الفئات تأثرا بوسائل الإعلام بسبب عدم نضج قدراتهم العضلية وقلة خبرتهم فى الحياة بالقياس للإنسان البالغ.

فنوع الجمهور متغير جوهرى فى عملية التأثير لان الرسائل الإعلامية (المعلومات الرياضية) مختلفة فما يصلح لهم لايصلح لغيرهم والرسائل التى تخاطب النساء لاتناسب الرجال ومخاطبة المتخصصين فى المجال الرياضى تختلف عن مخاطبة الرجل العادى وهكذا.

وعلى هذا فهناك بعض الرسائل التى وجهت لم تحقق الهدف المنشوده منها

حيث انها وجهت الى جمهور لم يفهمها كالرسالة التى توجه الى الرجال عن الاثار النفسية للدورة الشهرية على مستوى الاداء فى كرة السلة. مثل هذه الرسالة يجد الرجال صعوبة فى استيعاب أو فهم ما تقدمه هذه الرسالة مقارنة بالمرأة.

وحتى يمكن للرسالة الإعلامية من تحقيق التأثير المطلوب على جمهور المخاطبين لابد من مراعاة الخصائص والسمات النفسية والمزاجية والفسيولوجية لكل مرحلة سنية معينة ومتطلبات كل مرحلة منها وكذلك الخصائص التى تميز كل جنس عن الاخر وتقديمها للجمهور بشكل متوازن وليس لحساب فئة على اخرى.

٢ـ الموقع الاجتماعى للفرد:

تؤثر المكانة الاجتماعية للفرد داخل مجتمعه على درجة تكيفه وتفاعله مع الرسالة الإعلامية التى يقدمها الإعلام الرياضى هذا التأثير يأتى من كون ان الإعلام الرياضى نفسه يعد مؤسسة اجتماعية لها دورها داخل هذا المجتمع حيث تقوم بتوزيع الادوار الاجتماعية التى تعرضها على أفراد هذا المجتمع فيذيب الفرد نفسه داخل هذه السلسلة (الإعلام الرياضى) ويتقمص شخصياتها.

فمثلا الرسالة الإعلامية الرياضية التى تتضمن الحديث عن لاعب كرة نشأ فى بيئة فقيرة استطاع بعرقه وكفاحه وبمواصلة التدريب ان يحتل مكانة بارزة داخل فريقه والمنتخب القومى لبلده حيث الاضواء والشهرة هذه الرسالة تؤثر فى ذلك الشاب الفقير الذى يتطلع الى دور أفضل فى مجتمعه اكثر مما تؤثر بابن الاسرة الثرية ذات النفوذ.

إن الموقع الاجتماعى للفرد هنا كان عاملا مهما فى تحقيق التأثير المتوقع من الرسالة الإعلامية الرياضية أو جزء منه إن عمليتا التقمص والمحاكاه هى جوهر عملية التأثير التى يقوم بها الإعلام الرياضى حينما يستهدف التأثير فى منظومة القيم أو أسلوب الحياة السائد فى الوسط الرياضى بغرض احلال مكانها.

ويلجأ الإعلام الرياضى لهذا الاسلوب الضمنى لانه فى احيان كثيرة قلم

لايجدى الاسلوب المباشر فى ايقاع التأثير المرغوب فيه لان الإنسان يقوم برفض ومقاومة كل ما يستهدف تغيير قناعاته وما اعتاد إليه.

ومن ثم لابد للإعلام الرياضى ان يحرص على تقديم النماذج الطيبة فى المجال الرياضى التى يقتدى بها الشباب المصرى والتى تحثه على بذلك الجهد والعرق والتسلح بالكفاح من أجل الوصول الى مستوى البطولة فى الرياضة التى يتخصص فيها. وبالتالى تكون هذه النماذج محل تقليد لهؤلاء الشباب وبالتالى يمكن للرسالة الإعلامية تحقيق التأثير المرغوب فيه نحو هؤلاء الشباب.

٣ـ معتقدات الجمهور:

إن تفاعل الجمهور مع الرسالة الإعلامية الرياضية يتوقف على المعتقدات والقناعات الخاصة به فكلما كانت هذه الرسالة قريبة من معتقداته ومنسجمه مع ما يؤمن به كلما كان قبولها لديه ادعى وتأثيرها فيه اشد.

وبالمقابل تضعف قدرة تأثير الرسالة الإعلامية الرياضية على الجمهور عندما تتباين أو تختلف مع ما يعتقده هذا الجمهور انه الصواب وهذا لايعنى ان هذا التأثير لايحدث إلا اذا توفر هذا الشرط ولكنه يفيد فى ان الرسالة الإعلامية الرياضية لابد ان تتوافق مع القاعدة النفسية التى تحث على عدم الاصطدام بالقناعات القائمة للجمهور.

فحينما يعالج الإعلام الرياضى سلوكا اجتماعيا يحدث فى المجال الرياضى كالتعصب فإنها لاتنقد هذا السلوك بشكل صريح وبأسلوب خطابى مباشر.

فالإعلام الرياضى فى سعيه لتغيير العقائد والمواقف والاتجاهات الرياضية وابدالها باخرى فى المجتمعات المحافظة وغير المحافظة فانها فى سبيل ذلك تلجأ إلى استخدام اساليب غير مباشرة تحرص فيها ان لاتتعرض الرسائل الإعلامية الرياضية بشكل مباشر لقناعات الجمهور.

فمثلا الدعوة إلى ممارسة المرأة للرياضة فى مجتمع يرفض ذلك النوع من الممارسة لكن من خلال تقديم نماذج لنجاح المرأة فى ممارسة الرياضة وتحقيقها

للكثير من المكاسب الدولية فى المحافل الاولمبية كالبطلة المغربية نوال المتوكل أول فتاة عربية تحصل على ميدالية ذهبية فى دورة أولمبية والبطلة السورية غادة شعاع التى استطاعت هذه البطلة السورية ان تحقق أول ميدالية ذهبية أولمبية فى التاريخ الأولمبى لسوريا فى دورة اطلانطا ١٩٩٦ فى حين عجز الرجال تحقيق مثلها على مدار التاريخ الاولمبى لسوريا وحتى الآن.

فالإعلام الرياضى حينما يلجأ الى هذا الاسلوب فإنها قد تستطيع ان تغير الكثير من المعتقدات والقناعات الخاصة بجمهورها دون ان تصدم بها بل انها تبدو وكانها تقف فى صفه حينما تعطيه الخيار ليختار من بين عدد من البدائل دون ان تتدخل فتحدد له مايصلح.

ولذا يجب على القائمين على الإعلام الرياضى تجنب تقديم الرسائل الإعلامية الاجنبية التى قد لاتتفق مع العادات والتقاليد والقيم الرياضية السائدة فى مجتمعنا المصرى والتى قد تتعارض أيضا مع الحياة الواقعية التى يعيشها الشباب والتى قد تؤدى إلى اصطدام هؤلاء الشباب بالواقع مما قد يصيبهم بالتمزق وفقدان الهوية نتيجة لتمردهم على هذا المجتمع.

٤ـ إدراك المتلقى للرسالة:

يختلف الافراد فيما بينهم فى إدراك وفهم الافكار والقضايا والمشكلات الرياضية والتى تقدم لهم من خلال الرسائل الإعلامية الرياضية وباعتبارها احد المثيرات الذهنية التى يتعرض لها الإنسان فيستجيب لها ويتفاعل معها ويفهمها بطريقة تختلف عن الاخرين هذا التباين يحدث نتيجة لوجود الكثير من المتغيرات النفسية والفسيولوجية والتى تميز كل مرحلة عن اخرى وكذلك التكوين الثقافى ووسائل التربية التى يمر بها الافراد بالتالى يختلف أيضا حكمهم عليها اختلافا واضحا.

فقد يرى احدهم فى بعض مايعرضه الإعلام الرياضى انحرافا كبيرا عن السلوك الرياضى العام والقيم الرياضية السائدة بينما قد يراه آخر أنه مجرد خطأ بسيط.

فمثلا المشادة الكلامية التى قد تحدث بين بعض اللاعبين والتى تتضمنها رسالة إعلامية رياضية يمكن ان يعتبرها البعض انه مجرد حماس لعب فى حين يعتبرها الاخرين انه سوء سلوك.

كما ان السمات النفسية والمزاجية التى يتحلى بها الفرد لها أيضا دور فى حكمه على المواقف والقضايا الرياضية التى يشاهدها أو يسمعها فى التليفزيون والإذاعة أو يقرء عنها فى الصحف. فمشاهد الشغب والعنف التى قد تحدث فى الملاعب الرياضية قد يراها شخص ذو الطبيعة المسالمة خطرا على ابنائه المراهقين وبالتالى تجده يحول بينهم وبين متابعة ذلك. اما ذلك الشخص الذى من طبيعة شخصيته حب مشاهدة المطاردات والعنف والاقتتال فلا يرى فيها سوى لقطات ممتعة من الفن والاثارة.

وكذلك أيضا المصالح الشخصية تؤثر فى إدراك الافراد لما يعرضه الإعلام الرياضى فالتاجر الذى يتربح من بيع السجائر تجده يعارض الفكرة القائلة بأن ظهور بعض المدربين فى مباريات الكرة التى ينقلها الإعلام الرياضى وهم يدخنون يشجع المراهقين على التدخين.

لذا يجب على القائمين بعملية الاتصال فى الإعلام الرياضى مراعاة الدقة فى انتقاء ما يقدم للجمهور من رسائل إعلامية رياضية بما لايتعارض مع القيم والتقاليد والاعراف الرياضية السائدة متبعا فى ذلك الأسلوب العلمى وليس وفقا لاراء وامزجة واستحسان ومصالح البعض ولكن من خلال القيام بالدراسات العلمية فى مجال الإعلام الرياضى باستخدام تحليل المضمون أو من خلال الدراسات الميدانية لاستطلاع آراء الجمهور حول مايقدم لهم من رسائل إعلامية رياضية معينة تتفق وصالح هذا الجمهور وبالتالى يمكن للإعلام الرياضى من تحقيق رسالته فى خدمة المجتمع الرياضى.

الفصل الخامس

مجالات تأثير الإعلام الرياضي

- التنشئة الاجتماعية فى المجال الرياضى
- العنف فى المجال الرياضى



الفصل الخامس

مجالات تأثير الإعلام الرياضى

هناك الكثير من المجالات التى يمكن للإعلام الرياضى ان يكون له دور كبير فى التأثير عليها كالتنشئة الاجتماعية فى المجال الرياضى وكذلك العنف الذى يحدث فى الملاعب الرياضية بل انه يمكن القول ان الإعلام الرياضى يمكنه التأثير فى كل ماله علاقة بالسلوك الإنسانى فى المجال الرياضى.

وسوف يتم تناول مجالين من هذه المجالات هما:

التنشئة الاجتماعية فى المجال الرياضى، والعنف فى الملاعب الرياضية وذلك للآثار العميقة التى قد يتركها كل منهما على كثير من فئات المجتمع الرياضية وخاصة النشىء والشباب.

أولا: التنشئة الاجتماعية فى المجال الرياضى:

قبل التحدث عن دور الإعلام الرياضى فى التنشئة الاجتماعية علينا ان نوضع أولا مفهوم التنشئة الاجتماعية.

فاذا نظرنا إلى هذه العملية لنميز ابعادها ولنتعرف على حدودها لوجدنا تعددا فى الاراء التى تفسرها وان كانت جميعا تلتقى عند هذين الحدين وهما:

(١) امتصاص وتمثل ما تراه الجماعة ضروريا لاستمرارها وبقائها.

(٢) ضمان التماسك والتوازن داخل الجماعة بتحقيق قدر مشترك من التشابه ييسر التعامل والتفاعل ويقلل من التنافر والتصادم أو يساعد على حله عندما ينشأ فى داخلها (٣٨ ـ ٢٨).

كما توجد هناك الكثير من التعريفات للتنشئة الاجتماعية فيعرفها مكجويروها فيجيرست (١٩٧١) بأنها:

عملية تقديم طرق سلوك فردى اختيارية ومعها جزاءات ايجابية وسلبية تؤدى الى قبول البعض ونبذ البعض الاخر فهو توكيد لتأثير الجماعات رسمية وغير رسمية فى شخصية الفرد (٣٤ ـ ٥).

ويرين جونسون (١٩٧٤) ان عملية التطبيع الاجتماعى هى عملية تعلم تمكن المتعلم من اداء ادوارا اجتماعية معينة (٣٨ ـ ١٩).

فالتنشئة الاجتماعية هى نقل للحاجات والمطالب الحضارية باساليب معينة لتحقيق نتاج معين من الشخصية وهى عملية دينامية تتضمن التفاعل والتغير. وأيضا هى عملية معقدة تستهدف مهام كبيرة وتتصل بأساليب ووسائل متعددة لتحقيق ما تهدف إليه وهى أيضا عملية نقل للقوى الحضارية الخارجية الموضوعية لتكون قوى فردية داخلية شخصية (٦٢ ـ ١٢٤).

ومن خلال التعريفات السابقة نستطيع ان نستخلص ان التنشئة الاجتماعية عملية مستمرة مدى الحياة مع اختلاف فى الدرجة فتعلم افكار جديدة ومعايير جديدة واكتساب انفعالات جديدة لايتوقف مع فترة معينة أو مع نهاية فترة الدراسة المدرسية ولكن هذا التعلم يستمر مع الإنسان طوال حياته.

فلاشك ان هناك ادوار جديدة يكتسبها الإنسان ويترتب عليها أنواع جديدة من السلوك تتناسب وطبيعة العصر الذى يعيش فيه هذا الإنسان.

وهذا العصر ابرز صفة يمكن ان يوصف بها انه عصر الإعلام ومع التقدم العلمى والتكنولوجى الهائل تضاعفت فعالية واثر هذا الإعلام فمقدرة الإنسان على الاتصال بغيره تعد أهم مايميز البشر عن غيرهم من المخلوقات الحية.

فالإنسان كان دائما فى حاجة الى وسيلة تراقب له الظروف المحيطة به وتحيطه علما بالاخطار المحدقة به أو الفرص المتاحة له وسيلة تقوم بنشر القرارات التى تتخذها الجماعة على نطاق واسع تقوم بنقل حكمة الاجيال السابقة والتطلعات

السائدة فى المجتمع إلى الاجيال الناشئة ووسيلة ترفه عن الناس وتنسيهم المعاناة والصعوبات التى يواجهونها فى حياتهم اليومية.

والإعلام بما يملكه من امكانيات تكنولوجية متطورة يمكنه القيام بهذا الدور على أكمل وجه. فوسائل الإعلام تستطيع الان ان تصل الى كل سكان العالم جميعا بل وتؤثر فى اراء وتصرفات الافراد واسلوب حياتهم.

فاذا كان الانسان قد مارس منذ القدم الإعلام بصورة عفوية حيث كان لسانه وسيلته الإعلامية الأولى. فاليوم غدا الإعلام قوة لها شأنها فى الصراعات الفكرية والسياسية والاقتصادية وسلاحا فعالا فى الحروب النفسية وبخاصة اذا كان وراءه خبراء واخصائيون بارعون فى استخدام وسائله المقروه والمسموعة والمرئية (٣٧ ـ ٥٦، ٥٧).

ويقصد بالإعلام هنا: تلك العملية التى يترتب عليها نشر الاخبار الدقيقة التى ترتكز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأى (٩٦ ـ ٣، ٤).

فالإعلام هو فن نقل المعلومات والاراء والاتجاهات من شخص الى آخر وذلك عن طريق الصورة أو الصوت أو الذوق أو الشم وغير ذلك من حواس الإنسان.

والإعلام الرياضى بكافة وسائله هو أفضل وسائل الاتصال بالجمهور فهو علم يخاطب عقولهم وحقائق تحرك فيهم اسمى معانى الإنسانية ولذلك فإن تأثيره يكون أقوى وأعمق اذا عرفنا كيف نستخدم اسلوبه بطريقة فعالة وقادرة.

والإعلام الرياضى يعمل على ايجاد رأى عام يوجه بطريق أو بآخر نحو التمسك باراء واتجاهات اجتماعية معينة والتخلى عن اراء واتجاهات اجتماعية اخرى.

فهو يقوم بدور ثنائى فمن ناحية يتضمن عملية الضبط الاجتماعى ومن ناحية اخرى فانه يوفر الجو المناسب لاحداث التغير الاجتماعى السلس المنسجم أى أنه يسعى دائما الى التبشير بالقيم الرياضية التى تسود المجتمع ومعتقداته.

كما أنه يساعد على إحداث التغير الثقافى وفى تكوين الثقافات حين ينشر ويشرح ويفسر ويعلق على الافكار والاراء (٨٦ ـ ٤٥٢).

لهذا نرى الإعلام الرياضى يمتد ليصل الى كل زاوية من زوايا حياة المجتمع وافراده لتشكل مصدرا رئيسيا فى ملء وقت الفراغ والتسلية بالاضافة الى قدرته على تقديم المعلومات الرياضية بشكل واسع كما يقدم تفسير لكثير من الظواهر الرياضية فى المجتمع الرياضى والتى تساهم فى تكوين واقع رياضى جديد (٣٦ ـ ١٨٩).

كما ان الإعلام الرياضى لايعمل فى فراغ ولايتطور فى فراغ فهو جزء من حركة المجتمع ككل تنعكس فيه طبيعته كما يؤثر ويتأثر بالنظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية الموجودة داخل المجتمع.

وللإعلام الرياضى تأثيرات هامة على الأفراد والمؤسسات الرياضية تجعل منه قوة اجتماعية حقيقية (٤٧ ـ ١٣).

ويتفق الكثير من الباحثين على أن الأثر الأكبر للإعلام الرياضى هو تعديل المواقف اكثر من تفسيرها ومن ناحية اخرى فان الإعلام الرياضى يعمل على تعزيز واعادة تثبيت القيم والمفاهيم والانماط السلوكية الرياضية.

كما ان للإعلام الرياضى وظيفة تعليمية بالاضافة الى مهمة غرس افكار وقيم وانماط معينة من السلوك الرياضى السوى لدى الجمهور هذه الوظيفة هى نقل التراث الرياضى والثقافى من جيل إلى الجيل الذى يليه بما يتضمنه من انتقال المعرفة الرياضية والقيم الرياضية.

ويساهم أيضا فى توسيع افاق هذا الجيل وتحسين مدى ادراكهم للمحيط الذى يعيشون فيه (٣٧ ـ ٥٩، ٦٠).

لذا نال الإعلام الرياضى اهتماما بالغا من الباحثين والدارسين فى المجال الإعلامى عامة والاعلام الرياضى خاصة وذلك نتيجة للانتشار الكبير له وكذلك نتيجة للتوسع فى استخدام احدث الاساليب التكنولوجية المعاصرة وبالتالى اذداد حجم الدور الذى يمكن ان يلعبه فى المجتمع الرياضى.

فمثلا العلاقة بين الناشئين (الأطفال) والإعلام الرياضى كانت ولاتزال محور الكثير من الدراسات التى ظهرت حول الاثار التى تحدث لهم من جراء تعرضهم لاجهزة الإعلام.

وتعد نظرية التعلم الاجتماعى لعالم النفس الأمريكى البرت باندورا (Bandura) من أفضل هذه الدراسات فى تفسير تلك العلاقة. وفكرة النظرية تقوم على اساس ان الانسان يتعلم من خلال المشاهدة والملاحظة أكثر مما يتعلم من خلال الاسلوب القديم المحاولة والخطأ نظرا لان الانسان لايستطيع ان يجرب كل شيء حتى يتسنى له تعلمه.

لقد اراد «البرت» ان يثبت ان التعلم من خلال القدوة والمثل عبر المشاهدة والملاحظة من اخطر وظائف الإعلام ولكى يبرهن على هذه الحقيقة من خلال نظرية التعلم الاجتماعى التى وضعها فقد اجرى تجربة على مجموعتين من الأطفال: جعل كل مجموعة فى غرفة فيها نفس الألعاب التى فى الغرفة الاخرى إلا انه عرض على المجموعة الأولى شريط فيديو يظهر فيه شخص يمارس سلوكا عدوانيا (عنف لفظى وعنف جسدى) ضد دمية بحجم الإنسان.

بعد فترة قام هو وفريق البحث وبشكل مفاجئ سحبوا الألعاب من اطفال المجموعتين وجمعوهم فى غرفة اخرى خالية إلا من دمية شبيهه بتلك التى كانت تتعرض للعنف فى شريط الفيديو (الوسيلة الإعلامية)

ولوحظ أن الأطفال من المجموعة الأولى الذين تعرضوا لشريط الفيديو (الوسيلة الإعلامية) عبروا عن سخطهم على الموقف الذى تعرضوا له (نزع الألعاب منهم ونقلهم الى غرفة اخرى) بضرب الدمية وسبها بالطريقة نفسها التى شاهدوها فى شريط الفيديو أكثر من اطفال المجموعة الثانية الذين عبروا عن غضبهم بأساليب اخرى غير ممارسة العنف ضد الدمية.

استنتج «باندورا» ان تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وبخاصة الأطفال يجعلهم يتعلمون منها أشياء كثيرة من بينها العنف وانهم يختارون من بين

شخصيات وسائل الإعلام نموذجا يحاكونه ويتعلمون منه كما حدث لاطفال التجربة الذين قلدوا الرجل الذى كان يضرب الدمية ويسبها (٩٠١ ـ ٧٥، ٧٦).

على الرغم من النتائج التى خرج بها «باندورا» إلا ان التعليم من خلال المشاهدة والملاحظة تحدده أربع عناصر هى: (٧١ ـ ٧٦: ٦٩)

(١) الانتباه. (٢) الاستيعاب.

(٣) التقليد والمحاكاة. (٤) وجود الدافع.

١ـ الانتباه:

فالإنسان يتعلم اذا كان انتباهه حاضرا ويؤثر فى عملية الانتباه عوامل كثيرة منها قوة الملاحظة لدى الفرد فكلما كان الفرد قوى الملاحظة كلما كانت قدرة تركيزه وانتباهه أعلى ومن ثم تزيد قدرته على التعليم والشخص ضعيف الملاحظة يحتاج الى مثيرات ذهنية شديدة حتى تستدعى انتباهه.

٢ـ الاستيعاب:

تأتى عملية الاستيعاب بعد عملية الانتباه فلايكفى ان ينتبه الإنسان للرسالة الإعلامية بل لابد وان يستوعبها حتى يكون قادرا على تعلمها فبعد حدوث الانتباه للرسالة الإعلامية يقوم الفرد بتخزينها واستيعابها فى عقله من خلال استخدام رموز كلامية وصور ذهنية ثم يحتفظ بها فى ذاكرته ويستوعبها متى احتاج اليها.

فمثلا لو افترضنا ان هناك رسالة إعلامية رياضية استحوذت على انتباه احد الأشخاص كاعتداء اللاعبين على لاعب آخر من الفريق المنافس وكانت هذه الرسالة مشهدا تليفزيونيا إن الفرد فى هذه الحالة سيقوم باستيعاب ذلك المشهد أى تخزين الرموز الكلامية والصور الذهنية فى ذاكرته يسخدمه كأطار مرجعى يتعلم منه حينما يريد أن يقدم على سلوك مماثل فى ظروف مماثلة.

٣ـ التقليد والمحاكاة:

حينما ينتبه الفرد إلى الحدث الرياضى أو الرسالة الإعلامية الرياضية ثم يقوم باستيعابها واختزانها فى ذاكرته فإنه يعمد فى أوقات ومناسبات معينة الى استدعاء ما قام بتخزينه فى ذاكرته من سلوك ثم تقليد ومحاكاة هذا السلوك.

كما ان محاكاة أو تقليد هذا السلوك المخزون فى الذاكرة لايتم بتلقائية أو سهولة مباشرة ولكن يعتمد على عدة أمور اساسية منها الكفاءة العقلية والبدنية للفرد.

فمثلا قد تشد انتباه الفرد بعض الرياضات العنيفة والتى تتطلب جهدا بدنيا عاليا كالمصارعة أو الملاكمة لكن حالته البدنية الضعيفة تحول دون تعلمه ذلك السلوك أو وجود اعاقة جسمية تحول بينه وبين ذلك.

ومن العوامل الاخرى التى قد تشجع الفرد أو تثبط محاكاته للسلوك الذى استوعبه أو احتفظ به فى ذاكرته هو مدى تشجيع الاخرين له على فعل هذا السلوك أو نهيه عن فعله فلو وجد الإنسان تشجيعا أو تسامحا ممن حوله تجاه سلوك معين فإنه يعمد إلى محاكاته أو تقليده وعلى العكس من ذلك اذا وجد الفرد عدم رضا أو تسامح ممن حوله نحو هذا السلوك.

وبالتالى فإن قادة الرأى بما لديهم من امكانيات فى التأثير على الجمهور يمكن أن يلعبوا دورا بارزا فى هذا المجال من خلال قيامهم بالدور الايجابى نحو افراد المجتمع فى حثهم على محاكاة أو تقليد السلوكيات التى تتفق والقيم والعادات والتقاليد الرياضية وتجنب تقليد السلوكيات التى تخرج عن ذلك.

٤ـ وجود الدافع:

لايقوم الفرد فى المجال الرياضى بالمحاكاة أو التقليد وفقا لما لاحظه وانتبه إليه ثم استوعبه فى ذاكرته إلا اذا كان السلوك الذى سوف يقوم بمحاكاته أو تقليده سوف يقوم باشباع حاجة داخل الفرد.

وعند قيامه بهذا السلوك وجد الدعم والتشجيع ممن حوله كالوالدين أو الاسرة أو المدرب وذلك اذ كان طفلا أو ناشئا والمجتمع الرياضى الذى ينتمى إليه اذا كان كبيرا.

هذا الدعم والتشجيع يأخذ صفة المكافأة والتى قد تتمثل فى تسامح افراد المجتمع الرياضى مع ما يقوم به من سلوك ورضاهم عنه أو حتى سكوتهم على سلوكه ذاك أو تجاهل الحكام احتساب اخطاء اللاعبين ضد منافسيهم.

وقد تتمثل المكافاة فى القدرة على الافلات من العقاب فاذا وجد الفرد على سبيل المثال انه بالامكان اذا ارتكب سلوكا غير رياضى ان يتفادى العقاب فى كل مرة يقوم بهذا السلوك فإن هذا سيشجعه ويدفعه إلى تكرار هذا السلوك غير الرياضى وممارسته كلما اتيح له ذلك كاعتداء لاعبى الكرة على منافسيهم من خلف ظهر الحكم.

ويرى البعض ان تجنب الرسائل الإعلامية الرياضية بأجهزة الإعلام الرياضى التعرض لاحداث العنف والشغب فى الملاعب الرياضية كمثال للخروج عن الروح الرياضية يعد بمثابة تشجيعا منها على التمادى فى ذلك السلوك غير الرياضى ويدفع اللاعبين والجمهور إلى تكراره متى سنحت الفرصة لهم بذلك لانه يعتبر نوعا من المكافأة السلبية. وقد تكون المكافأة التى تشجع الفرد على ممارسة مثل هذا السلوك هو ملاحظته ان الاخرين يعملون نفس السلوك وتتم مكافأتهم بشكل أو بآخر.

ومن خلال العرض السابق يمكن ان نحدد أهمية الإعلام الرياضى بالنسبة للمجتمع فى النقاط الاتية:

١ـ للإعلام الرياضى أثر واضح فى تشكيل الرأى العام الرياضى وخاصة الموضوعات التى يتبلور عنها الرأى العام بعد.

٢ـ الإعلام الرياضى يلعب دورا هاما فى ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكامله بما يقوم به من ازالة ما بينهم من فوارق طبيعية.

٣ـ الإعلام الرياضى يوسع قاعدة المعايير والخبرات الرياضية المشتركة وتجنب الفوضى الناشئة من تضارب القيم والمفاهيم المتعارضة معها.

٤- الإعلام الرياضى يستطيع ان يلعب دورا فعالا فى خلق الحافز وارادة التغيير لدى اللاعبين والجمهور نحو التقدم والاقتداء به كما أنه يستطيع ان يلعب دورا حيويا فى توضيح الطرق التى يمكن بها تحريك هؤلاء اللاعبين والجماهير بهدف الوصول الى مستوى البطولة وتحقيق الانجازات الرياضية على المستوى الأولمبى والدولى بما يحقق المصلحة العامة للمجتمع الأم.

٥- الإعلام الرياضى له تأثير بارز فى تكوين الاراء والاتجاهات الايجابية نحو الرياضة لو احسن استغلاله وفق طرق واساليب تستطيع أن تؤثر فى العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية الراسخة فمثلا ممارسة الفتاة للرياضة استطاع الإعلام الرياضى تغيير اراء واتجاهات افراد المجتمعات التى كانت تنظر لها من منظور ضيق إلى أن شاهدنا السباحة الذهبية رانيا عمرو علوانى تسجل اعظم الانتصارات المصرية فى دورة البحر المتوسط عام ١٩٩٧ بايطاليا بحصولها على ثلاثة ميداليات منهم اثنتان ذهبيتان لتسجل اعظم انتصار رياضى مصرى على المستوى الدولى فى دورات البحر الابيض المتوسط وهو ما عجز عن تحقيقه الرجال حتى الآن.

والإعلام الرياضى سلاح ذو حدين له فوائده الاجتماعية الكثيرة وله عيوبه المتعددة فهو اداة لها نتائجها ومحصلتها بحسب توجيه الإنسان لها وتسخيره اياها ففيها فوائد اذا ما أحسن توجيهها وانتقائها وإعدادها الإعداد المناسب فهى توسع المعارف والمعلومات والثقافة والمفاهيم الرياضية وتفتح آفاقا امام النشء وفيها شحذ لذهنه وتنوع لاهتماماته واثراء لخياله.

فالإعلام الرياضى السليم يستطيع أن يسهم الى حد كبير فى بناء الأسرة وسعادتها ومساعدتها على حل كثير من مشكلاتها.

- الإعلام الرياضى السليم قادر على ربط الفرد الرياضى والمجتمع بعقيدته وهو قادر على ان يشده دائما الى القيم الرياضية العليا والاخلاق الرياضية الكريمة وينفره من التعصب والانحراف والشغب والعنف والمخدرات والسقوط أيًا كان.

- الإعلام الرياضى السليم يربط الأمة بتاريخها الرياضى وامجادها الرياضية وتشجعها على أن تحذو حذوها وتنسج على منوالها.
- الإعلام الرياضى السليم يقدم لابناء المجتمع على اختلاف اعمارهم الثقافات الرياضية اللازمة ويقدم لهم المعارف والمفاهيم والعلوم الرياضية بما ينمى ثقافاتهم وقدراتهم الرياضية ويوسع افاقهم.

والإعلام الرياضى فى الواقع إن وضع فى أيدٍ أمينة وحكمته سياسة بناءة وهادفة كان له أثر كبير وسريع على حياة الافراد وتوجهاتهم الرياضية السليمة.

ثانيا: العنف فى المجال الرياضى:

لقد لوحظ فى الأونة الاخيرة خروج بعض الرياضيين عن التقاليد الرياضية الاصيلة وروح المنافسة الرياضية فأصبح العنف الرياضى بكل صوره سواء من اللاعبين أو الجمهور أو الاداريين أو المدربين والذى يتمثل فى أنواع العنف المختلفة والتى منها:

العنف الوسيلى لتحقيق هدف والعنف التوكيدى باستخدام الحق القانونى والعنف العدوانى الذى يهدف الى ايقاع الضرر بالاخرين كل هذه الأنواع والتى قد تتمثل فى الكثير من الصور والتى منها الاعتراض على قرارات الحكام واثارة الجماهير وحرق الجرائد وتحطيم المدرجات، قذف الطوب، تبادل الشتائم والالفاظ البذيئة.

كل ذلك اصبح صورة عامة ومؤسفة تهدد مسيرة الرياضة وتخرجها عن اهدافها الحقيقية فى خلق المواطن الصالح بدنيا ونفسيا وعقليا واجتماعيا وانفعاليا بالاضافة الى كونها متنفسا للترويح ومتعة الجماهير.

فان استمرار ظاهرة العنف الرياضى يعتبر مؤشرا على حالة العنف والإرهاب الذى يشهده العالم فالعنف الرياضى إرهاب أيضا لكنه يهدد مسيرة الرياضة فى جميع ميادينها.

ولم يعد العنف يقتصر على لعبة معينة كما أنه يهدد مستقبل الأسرة المصرية

والعربية خاصة مع شيوع الالفاظ النابية التى يرددها الجمهور وتدخل كل بيت ويسمعها الأطفال والنساء مما يتسبب بشكل مباشر فى احجام الأسر المصرية والعربية عن متابعة المنافسة الرياضية التى يقدمها الإعلام الرياضى بعد ان كانت تحرص على ذلك.

فقد أكدت احدى الدراسات ان تنامى ظاهرة العنف فى المجال الرياضى بين جمهور الإعلام الرياضى وبخاصة الناشئين والأطفال يرجع بشكل مباشر واساسى الى تعرض ذلك الجمهور إلى رسائل إعلامية رياضية كمباريات الكرة التى تتضمن كثيرا من مواقف العنف اللفظى والجسدى الذى يتمثل فى اعتداء بعض اللاعبين على منافسيهم أو اعتداءهم على حكم المباراة (٤٩ ـ ٢٦).

فهذا العنف الذى يشاهده الجمهور من خلال الإعلام الرياضى هو بمثابة عنف واقعى وقد اثبتت احدى الدراسات ان هذا النوع من العنف يميل الجمهور إلى تقليده (٧١ ـ ٧٢).

كما اشارت احدى الدراسات فى تفسيرها لنظرية التنفيس وهى احدى نظريات العنف الإعلامى إلى أن الإنسان يتعرض خلال يومه الطويل إلى كثير من الاحباطات المختلفة نتيجة تعامله مع نفسه ومع الاخرين وتؤدى هذه الاحباطات فى النهاية إلى ممارسة العنف.

فمشاهدة مواقف العنف عبر أجهزة الإعلام الرياضى تساعد الإنسان على نسيان احباطاته وهذا مضمون نظرية التنفيس اذ ان مشاهدة الفرد لمواقف العنف ومعايشته عقليا وعاطفيا يساعده على تنفيس ذلك العنف (٦٩ ـ ٣١، ٣٢).

والواقع أن مشاهدة مواقف أو احداث العنف عبر أجهزة الإعلام الرياضى قد ينسى الفرد احباطاته تجاه بعض مشكلاته الخاصة ولكنه فى نفس الوقت لم تقدم له حلولا لهذه المشكلات وبالتالى نسيانه لهذه الاحباطات قد يتم ولكن بشكل مؤقت بل قد يؤدى به إلى تراكم هذه الاحباطات عنده.

إن مشاهدة احداث العنف وبشكل مستمر فى اجهزة الإعلام الرياضى يؤدى

إلى رفع مستوى الاثارة النفسى والعاطفى عند الجمهور مما يؤدى الى احتمال حدوث السلوك العدوانى عند الافراد لاسيما اذا كان العنف الذى شاهده مبررا ففى هذه الحالة يصبح التأثير كبير وخطيرا.

ويتبع ذلك امر لابد منه وهو سهولة تعلم الجمهور للسلوك العدوانى من خلال التعرض المستمر لاحداث العنف فى الإعلام الرياضى (١١١ ـ ١٢١).

اذ يقوم الجمهور وخاصة الناشئين أو الاطفال بتقليد اللاعبين النجوم والذين يمثلون القدوة التى قد تحدث منهم وقد لايقوم الناشىء بتقليد ذلك فى حينه ولكنه يخزنها فى ذاكرته وتمثل بالنسبة له اطارا مرجعيا ثم يقوم باستدعائها فى نفس المواقف المشابهة.

إن استجابة الإنسان لما يشاهده تنعكس على طريقة التصرف عنده اذ ان مشاهدة أو متابعة مايقدمه الإعلام الرياضى يؤثر فى عملية صنع القرار لدى الفرد بشكل لايشعر به.

مع الاخذ بعين الاعتبار أن تأثر الجمهور بالإعلام الرياضى يكون من خلال بعض العناصر والمؤثرات الوسيطة فيكون الإعلام الرياضى عنصر مساعد.

وقد يلعب الإعلام الرياضى دورا كبيرا فى تصميم رؤية الفرد وبنائها على المدى الطويل وفى إعادة تنظيم الصورة العقلية لديه لتشكل اراء ومعتقدات رياضية جديدة تؤثر بطبيعة الحال على سلوكه وتصرفاته فى حياته الرياضية (٤٩ ـ ٢٦).

ويجب ان لاننسى ان الإنسان قد يرفض مايشاهده أو ما يتابعه من احداث عنف عبر أجهزة الإعلام الرياضى ولايقتنع به ولكن يجب ان تتذكر أيضا أن ثقافة الفرد وعمره يحددان مدى تأثره بما يعرض عليه فالناشىء أو الطفل مثلا يكون اشد تأثيرا واسرع استجابة لما يعرض عليه كما ان تكرار عملية العرض وبشكل مستمر تزيد من عملية التأثر لدى الفرد.

إن الاخطاء الناتجة عن عملية التعرض لاحداث العنف من خلال أجهزة الإعلام الرياضى كالتى تحدث فى الملاعب تهدد الأجيال الناشئة والتى تمتاز

بسرعة التأثر وقابليته فهى تقوم بتغيير انماط الحياة السائدة فى المجتمع الرياضى وبلورة أنماط كتلك التى تعرض من خلال احداث العنف المعروضة كما تؤثر تأثيرا سلبيا على طريقة التفكير وطريقة الحياة والسلوك.

وقد آن الآوان للتفكير فى اتخاذ خطوات حادة لاصلاح ما فسد ونتدارك ذلك الان وليس غدا وان يتم معالجة ما يعرض من احداث عنف بطريقة تربوية هادفة باظهار مساوئه وعيوبه والاضرار التى قد تنجم عنه قبل ان تتراكم الاخطار وتعظم التأثيرات الخطيرة وتصبح انماطا حياتية متأصلة فى حياة النشء.



الفصل السادس

سيكولوجية الإعلام الرياضى وعلاقته ببعض المجالات الأخرى

- الإعلام الرياضى والحاجات النفسية
- الإعلام الرياضى وعلاقته ببعض المجالات الاخرى
  - الإعلام الرياضى والعلاقات العامة فى المجال الرياضى
  - الإعلام الرياضى والإعلان فى المجال الرياضى
  - الإعلام الرياضى والدعاية فى المجال الرياضى
  - الإعلام الرياضى والاتصال فى المجال الرياضى
  - الإعلام الرياضى والتخطيط فى المجال الرياضى
- أنواع الإعلام الرياضى.



الفصل السادس

سيكولوجية الإعلام الرياضى وعلاقته ببعض المجالات الأخرى

تعتبر عملية الإعلام فى حد ذاتها هى عملية الاتصال بين المرسل (الإعلامى) وبين المستقبل (الجمهور) عن طريق وسيلة إعلامية (مقروؤه أو مسموعة أو مرئية) تنقل بواسطتها الرسالة الإعلامية فى شكل رموز لغوية ومصورة حسب طبيعة كل وسيلة من طرف إلى آخر ثم يقوم الجهاز العصبى للإنسان باستيعاب الرسالة الإعلامية باعتبارها مثيرا يستجيب لها الجمهور.

إن الاستجابة للرسالة الإعلامية تتضمن عمليات نفسية كثيرة فالرسالة الإعلامية كمثير لكى يستجيب لها الجمهور (المستقبل) الاستجابة المرجوة لابد وان تكون شيقة وجذابة وغير مملة تتناسب مع طبيعة هذا الجمهور وتتفق مع طابع الشخصية القومية والمجال النفسى الذى يوجد فيه الفرد والجماعة والدوافع والغرائز والحاجات والخبرة وحيل الدفاع والتعليم وغير ذلك من محددات الاستجابة.

كذلك فإن الإستجابة للرسالة الإعلامية فى المجال الرياضى تتوقف على ما اذا كانت هذه الرسالة بسيطة أم مركبة مباشرة أو غيرمباشرة كافية أم غير كافية واضحة أم غير واضحة.

وهناك بعض العوامل التى يجب توافرها فى الرسالة الإعلامية الرياضية حتى يمكن ان يتفاعل معها الجمهور الرياضى وبالتالى تحقق الاستجابة المرجوة وهذه العوامل (٢٥ ـ ٣٣٩، ٣٤٠) هى:

١ـ التناغم أو التشابهة والمشاركة فى الخبرات والصور لدى كل من المرسل (الإعلامى) والمستقبل (الجمهور) بما يضمن فهم الرموز ومعرفتها وبالتالى الاستجابة لها .

٢ـ استثارة انتباه الجمهور واستعمال رموز واضحة ومفهومة .

٣ـ ربط الرسالة الإعلامية بحاجات الجمهور ومحاولة اشباعها بحيث لا يتنافى ذلك مع العادات والتقاليد والقيم الرياضية النبيلة .

٤ـ مراعاة الحالة النفسية للجمهور ومراعاة الدقة فى اختيار الوقت المناسب والمكان الملائم والوسيلة المجدية حسب نوع وقدرة هذا الجمهور .

٥ـ الاهتمام باستخدام قواعد اللغة التى يخاطب بها الجمهور بما يتناسب مع درجة فهمهم لها وبما يتناسب مع مستواه الثقافى والتعليمى ويفضل استخدام اللغة الإعلامية وهى التى تجمع ما بين اللغة الفصحى والعامية .

الإعلام الرياضى والحاجات النفسية:

لكى ينجح الإعلام الرياضى ولكى تحظى الرسالة الإعلامية الرياضية بالقبول والاهتمام لدى الجماهير لابد وأن تسعى إلى اشباع الحاجات النفسية لهذا الجمهور وتهدف الى تلبية رغباتهم وتحقيق فائدة ملموسة لديهم فى حياتهم اليومية .

ومن أهم هذه الحاجات التى يمكن للإعلام الرياضى ان يشبعها مايلى :

١ـ الحاجة إلى المعلومات والمعارف والمفاهيم الرياضية .

٢ـ الحاجة إلى الاخبار الانية (مشكلات الساعة) فى المجال الرياضى .

٣ـ الحاجة إلى معرفة القواعد والقوانين واللواح المنظمة للهيئات الرياضية .

٤ـ الحاجة إلى الالمام بالقوانين الخاصة بالألعاب الرياضية المختلفة .

٥ـ الحاجة إلى دعم الاتجاهات النفسية نحو الرياضة وتعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرياضية أو تعديلها بما يواكب التطور العلمى والتكنولوجى فى المجال الرياضى .

الإعلام الرياضى وعلاقته ببعض المجالات الاخرى:

١ - الإعلام الرياضى والعلاقات العامة فى المجال الرياضى:

العلاقات العامة فى المجال الرياضى هى: الجهود المقصودة المستمرة المخططة التى تقوم بها إدارة المؤسسة الرياضية (نادى ـ مركز شباب ـ اتحاد رياضى . . الخ) والتى تهدف الى وجود تفاهم متبادل وعلاقات سليمة بين تلك المؤسسة أو خارجها عن طريق وسائل الإعلام المختلفة والاتصال الشخصى بحيث يتحقق فى النهاية التوافق بين المؤسسة الرياضية والرأى العام (٦٧ ـ ٣٥٦).

حيث تقوم بافهام الجمهور حقيقة المؤسسة الرياضية عن طريق النشر والإعلام وافهام المؤسسة الرياضية حقيقة الجماهير عن طريق دراسة الرأى العام بالاستفتاء والاحصاء والقياس العلمى.

فالعلاقات العامة فى المجال الرياضى هى همزة الوصل بين النادى أو المركز مثلا وبين الجمهور والتى تسعى بما تملكه من امكانات أو أدوات الى كسب ثقتهم وتأييدهم وبالتالى حرصهم على المشاركة فى نشاط هذا المركز أو ذاك والإعلام الرياضى هو اداة هذا الاتصال.

٢ ـ الإعلام الرياضى والإعلان فى المجال الرياضى:

يعتبر الإعلام الرياضى هو الاداة التى يتم عن طريقها ابلاغ رسالة الاعلان.

والإعلان هو نشر المعلومات عن السلع أو الخدمات أو الافكار فى وسائل الإعلام المختلفة لخلق حالة من الرضا النفسى فى الجمهور بقصد بيعها أو المساعدة فى بيعها أو تقبلها أو الترويج لها مقابل دفع مبلغ مادى.

ولكن فى مجال الرياضة تطور مفهوم الإعلان من مجرد اداة لزيادة الانتاج والتوزيع إلى الإعلام عن الوظائف التى تقدمها المؤسسة الرياضية سواء كانت هذه المؤسسة نادى أو مركز شباب . . . الخ.

وكذلك الإعلام عن الدور الذى تلعبه هذه المؤسسة فى النهوض بالرياضة على المستويين المحلى والعالمى وذلك لكسب الرأى العام وبالتالى يمكن ان يطلق عليه اعلاما اعلانيا.

٣ـ الإعلام الرياضى والدعاية فى المجال الرياضى:

يقدم الإعلام للجمهور الحقائق والاخبار والمعلومات الرياضية كما هى مجرده سواء كانت هذه الحقائق أو الاخبار سلبية أو ايجابية بهدف الإعلام والنشر واحاطة هذا الجمهور علما بما يدور من احداث ووقائع فى المجال الرياضى بكل موضوعية وصدق.

أما الدعاية فنجد ان الداعية يستخدم حقيقة معينة ويستغلها بطريقة مباشرة فى تأييد وجهة نظره والقضية التى يقوم بمعالجتها.

وتهدف الدعاية فى المجال الرياضى الى الترويج لفكره رياضية أو برنامج رياضى معين أو محاولة الاستحواذ على فكر الافراد أو الجماعة أو دفعهم إلى القيام بسلوك رياضى معين عقدت النية على تنفيذه.

وذلك كالدعاية التى يقوم بها المرشحين لاعضاء مجالس الإدارات فى الاندية والاتحادات الرياضية مثلا بهدف كسب تأييد اعضاء الجمعية لهم ودفع الاعضاء لاختيارهم كأعضاء فى هذه المجالس.

وعلم النفس الاجتماعى يرى ان الدعاية هى:

«محاولة التأثير فى اتجاهات الناس وارائهم ومن ثم فى سلوكهم بحيث تأخذ الوجهة التى يرغب فيها الداعية ويحدث هذا عن طريق الايحاء أكثر مما يحدث بواسطة الحقائق والمنطق».

وحتى تصبح الدعاية نوع من الإعلام فى المجال الرياضى يجب ان يقوم بها قادة التربية الرياضية المتخصصين اصحاب الدعوة والفكر باستخدام وسائل الإعلام الرياضية لاجتذاب الجماهير إلى المبادئ والقيم الرياضية معتمدة فى ذلك على الحقيقة المجردة وليس غير.

٤ـ الإعلام الرياضى والاتصال:

يشكل الإعلام الرياضى عنصرا اساسيا من عناصر أى مجتمع رياضى مهما كانت درجة تطوره ولذلك فانه يدرس على انه ظاهرة رياضية اجتماعية غير ان

الإعلام الرياضى لايعدو أن يكون فرعا من ظاهرة أكبر واشمل الا وهى ظاهرة الاتصال.

والاتصال هو العملية التى يمارسها الإنسان مع الاخرين لتشير إلى تفاعله معهم بواسطة العلاقات والرموز وقد تكون هذه الرموز حركات أو صورا أو لغة أو أى شيء اخر وتعمل كمنبه للسلوك من أجل احداث تأثير معين فيه.

والاتصال بصفته المجال الواسع لتبادل الوقائع والاراء بين البشر فإن الإعلام الرياضى لايعدو ان يكون شكلا من اشكال الاتصال لانه فرع من فروع التفاعل الذى يتم عن طريق استخدام الرموز وهذه الرموز تكون على شكل حركات أو رسوم أو نقوش أو كلمات أو أى شيء آخر.

والاتصال أيضا مجاله واسع يشمل دراسة جميع اشكال الفن والرياضة والتعليم واتجاهات الدعاية والتأثير وعمليات الحرب النفسية والترويح بكل صوره والتسلية والترفيه والإعلان فالاتصال قوة ترتبط بالقدرة على التأثير إلا أنه لايمكن أن يفهم بمعزل عن فكرة التفاعل بوسائله واهوائه المختلفة فالاتصال هو التفاعل الانسانى عن طريق الاشارات والرموز.

والاتصال يتخذ اشكالا مختلفة فمنه ما يسرى بين الافراد ومنه ما تنظمه المؤسسات والهيئات ومنه ما يتم عن طريق التفاعل المباشر ومنه ما يتم عن طريق وسائل الإعلام (٤٠، ٢٩ ـ ٣٠).

ومما سبق يمكن ايجاز العلاقة بين الإعلام الرياضى والاتصال فى أن الإعلام الرياضى فرع من الاتصال وعنصر هام من عناصره وطريق من الطرق التى يتحقق بها الاتصال مع الناس.

ومن خلال عرض علاقة الإعلام الرياضى بالمجالات الاخرى يتبين لنا مايلى:

- ان الإعلام الرياضى اطار واسع له ابعاده التى تشمل كافة الميادين الرياضية والاجتماعية والحياتية.
- ان الإعلام الرياضى يشترك مع المجالات الاخرى فى كونها اشكالا لعملية جماعية واحدة هى الاتصال بالجماهير إما لغرض الدعاية أو الإعلان أو

ترتيب العلاقات العامة للمؤسسات الرياضية أو تربية الجماهير وتثقيفها وزيادة الوعى الرياضى بها بما تقدمه من معلومات أو حقائق حول قضية أو مسألة من المسائل الرياضية .

٥ـ الإعلام الرياضى والتخطيط:

نتيجة لما يتمتع به الإعلام الرياضى من أهمية كبيرة فى أى مجتمع من المجتمعات ولما يتمتع به من تأثير كبير فى نفوس افراد هذا المجتمع فبالتالى لابد وان يقوم هذا النوع من الإعلام على اساس التخطيط العلمى المدروس والدراسة المنظمة والبحوث العلمية التى تتناول الموقف الإعلامى ككل والذى يشتمل على مجموعة من العناصر المتداخلة كالإعلامى والجمهور والرسالة الإعلامية الرياضية ووسيلة الإعلام والعملية الإعلامية وذلك وفق مجموعة من القواعد والمبادئ التى تتضمنها عملية التخطيط (٢٥ ـ ٣٤٤) والتى منها :

١ـ أن يكون التخطيط للاعلام الرياضى متكاملا مع التخطيط القومى الشامل للاعلام العام بصفة خاصة وفى المجالات الاخرى الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتربوية بصفة خاصة فالخطة الناجحة هى التى تتصف بالشمول والتكامل والمرونة والتطور بالقدر الذى يكفى تحقيق اهداف المصلحة القومية العليا للدولة .

٢ـ ان يوجه تخطيط الإعلام الرياضى نحو الفكر والعقيدة والعادات والقيم والرأى العام واتجاهات الجمهور لانه يهدف إلى احداث تغيير فى سلوك هذا الجمهور أى احداث تغيير نفسى وبالتالى يجب دراسة هذه النواحى دراسة علمية حتى يتمكن البدء فى عملية التخطيط فى الإعلام الرياضى .

٣ـ ان تترجم الخطة العامة للإعلام الرياضى إلى برامج تنفيذية استراتيجيات وتكتيكات عملية للاتصال بالجماهير وان تخضع هذه البرامج للتقييم لمعرفة مدى النجاح أو القصور فى تحقيق الاهداف .

٤ـ لابد من توخى الحذر والدقة فى تحديد الاهداف سواء قريبة المدى أو بعيدة

المدى والتى ترسم الخطة الإعلامية حتى يمكن تحقيقها فمن البداية لابد وان تكون الاهداف ممكنة التحقيق وفى ضوء الوسائل المتاحة أو الممكنة.

أنواع الإعلام الرياضى:

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضى وتعددت اشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع وذلك كالتالى:

١ـ الإعلام الرياضى المقروء: وهى التى تعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات.

٢ـ الإعلام الرياضى المسموع: وهى التى تعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو واشرطة التسجيل ووكالات الانباء.

٣ـ الإعلام الرياضى المرئى: وهى التى تعتمد على بصر الإنسان مثل السينما والتليفزيون والفيديو و شبكة المعلومات (الانترنت) واحيانا يطلق عليها اسم الإعلام الرياضى المرئى المسموع لانها تعتمد على حاستى السمع والبصر فى آن واحد.

٤ـ الإعلام الرياضى الثابت: وهى التى يتوجه اليها الناس للإطلاع عليها مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح.

وفى الفصول القادمة سوف يتم تناول هذه الانواع بالشرح والدراسة والتحليل وذلك باختيار أهم وسيلة لكل نوع من هذه الأنواع السابقة كالصحافة الرياضية للإعلام المقروء والاذاعة للإعلام المسموع والتليفزيون للإعلام المرئى والمؤتمرات للإعلام الثابت.



الفصل السابع

الصحافة الرياضية

- تقديم
- تاريخ الصحافة الرياضية
- اهداف الصحافة الرياضية
- المعنى الاصطلاحى لكلمة الصحافة
- وظائف الصحافة الرياضية
- أنواع الصحافة الرياضية
- دور الصحافة الرياضية فى تكوين الرأى العام الرياضى



الفصل السابع
الصحافة الرياضية

تقـديم:

الاساس فى العلاقات الإنسانية هو الكلام وليس فى مقدورنا ان نتصور مجتمعا انسانيا فى أى فترة من فترات التاريخ ولد وعاش بدون كلام والأصل فى الكلام ان يكون مسموعا .

فالإنسان منذ فجر التاريخ يصيغ السمع إلى المشافهة مع اخيه الإنسان من أجل بناء العلاقات وعمار الأرض لكن بعد اكتشاف الورق لم يعد أصل الكلام هو الاستماع فقط بل اصبح الكلام أيضا مقروء فى صحيفة أو مجلة أو كتاب أو نشرة .

والقارئ المعاصر هو مجموعة من الرغبات فهو من ناحية يريد ان يعرف ويريد ان يفهم ويريد نوعا من تلك المتع التى تقدمها له الصحيفة الناجحة .

والصحيفة فى عالم اليوم لم تعد ناقلة للأخبار والمعلومات فقط بل انها احدى المتع المذهلة التى يتعامل معها الإنسان مع اشراقة كل يوم .

والصحافة بوجه عام هى مرآة الرأى العام واداة من اقوى الأدوات المعروفة للتعليق على هذا الرأى وهى ضرورة من ضرورات المجتمع فبدون الصحافة نفقد الجانب الأكبر من المعلومات التى تعتمد عليها فى حياتنا اليومية .

والصحف فى عصرنا الحديث هى الصلة بين الفرد والعالم الخارجى ولولاها لعاش فى عزلة عما يجرى من حوله اذ لاتوجد دائرة من دوائر حياتنا الاجتماعية لاتغذيها الصحافة أو تمسها من قريب أو بعيد .

والذين يقولون انهم لايطالعون الجرائد اياما بل اسابيع هم على الرغم من ذلك يتأثرون فى كل ساعة بها ذلك لان من حولهم يطالعونها ويتفاعلون معها ينقلون اليهم مافيها من أخبار ومعلومات والتى يطلق عليها علماء الاتصال نظرية التأثير على مرحلتين (راجع الفصل الثانى).

فالكلمة المكتوبة أو المطبوعة لها سحر على العقول واثر ينطبع فى النفوس ونفوذ أقوى من المدافع والغازات السامة وأكثر قناعة وأقوى حرارة من الصلب.

فضلا ما تقوم به الصحافة من تكوين الرأى العام فى أى مجال من مجالات الحياة بما تنشره من اخبار وتكتبه من تعليقات واعمدة واحاديث وتحقيقات وماتنشره من صور ورسوم كاريكاتورية فانها تقوم بخلق روح المشاركة والانتماء بين افراد المجتمع عن طريق ارساء وتدعيم مجموعة من القيم التربوية فى نفوس القراء وخلق الوعى التام بقيمة الترابط وضرورته.

وتعتبر الصحافة أول وسيلة من وسائل الإعلام المعاصر فلقد بدأت الكتابة مع الإنسان فى عصوره القديمة ثم حققت تطورا كبيرا فى القرن الخامس عشر حينما اخترعت المطبعة حتى تبلورت الصحافة فى شكل من اشكال الدوريات التى تتناقل الاخبار بين الناس (١٨ ـ ١٥).

ثم اتجهت الصحافة الى التخصص فهناك الصحافة الرياضية وهناك الصحافة الاقتصادية والتجارية وهناك الصحافة العلمية والصحافة الفنية وغيرها من الصحافة المتخصصة.

وتعتبر الصحافة الرياضية من أكثر الصحف المتخصصة جماهيريا فلا تخلو صحيفة عامة من الأبواب والصفحات الثابتة عن الرياضة وتكرس معظم الصحف اليومية فى العالم ما بين ٥ : ٢٠٪ من مساحتها للرياضة (٢٢ ـ ٧٥).

واصبح القسم الرياضى بهذه الصحف يحتل مكانا هاما واخذت الانباء الرياضية تحتل مساحة تزيد فى بعض الاحيان عن عشر مساحة المادة الاخبارية المنشورة يوميا فى هذه الصحف.

بل اصبح للانباء الرياضية مكانها فى عناوين الصفحة الأولى وتلجأ كثيرا من المؤسسات الصحفية إلى اصدار ملاحق رياضية اسبوعية توزع مع الصحيفة لزيادة توزيعها .

ولقد تطورت هذه الملاحق لتصبح صحفا مستقلة تهتم بنشر الاخبار الرياضية والمنافسات الرياضية وتجرى الاحاديث مع المشاهير من اللاعبين فى مختلف الرياضات الذين يثيرون اقبال الجمهور .

وقد ادى ظهور الاذاعة والتليفزيون الى ايجاد منافسة مع الصحف حول جذب الجمهور الى الرياضة وطرقها المتعددة فلجأت بعض المؤسسات الصحفية والاتحادات والاندية الى اصدار صحف ومجلات متخصصة فى كافة ما يتعلق بالشئون الرياضية (٤٢ ـ ٢٠٥ ، ٢٠٦).

ولقد ارتبط انتشار الصحافة فى كثير من الدول العربية بانتشار الصحف الرياضية التى تعددت واشرف عليها مسئولون وصحفيون تولوا بعد ذلك رئاسة تحرير الصحف الكبيرة والعامة فكأن الرياضة ساهمت فى إعداد جيل رائد من الصحفيين فى العالم العربى كذلك انتشرت الصحافة الرياضية فى العالم العربى واقبل عليها القراء والجمهور (١٨ ـ ١٦).

ويقول محمد حسنين هيكل* فى ذلك :

«إن قواعد اللغة الوحيدة هى الرياضة ولذلك يحدث الاندماج بين الرياضيين فى الملعب والجمهور على مقاعدهم بينما نجد ان قواعد اللعبة فى السياسة غير معروفة» .

وفيما يلى عرض موجز لتاريخ الصحافة الرياضية فى مصر .

تاريخ الصحافة الرياضية فى مصر:

لم تعرف مصر الصحافة الرياضية بالمعنى المتعارف عليه حاليا الا مع بداية عام ١٨٨٥ عندما بدأ الشباب المصرى يكون الفرق المختلفة لكرة القدم فى الاحياء الشعبية وظهر أول فريق مصرى لكرة القدم قام بتكوينه محمد افندى باشا .

* محمد حسنين هيكل محاضرة فى ٧ فبراير ١٩٨٩ معرض الكتاب الدولى القاهرة.

ولعب باسم مصر ضد فريق الاحتلال البريطانى فى ذلك الوقت وفاز الفريق المصرى. مما حدى الصحف المصرية إلى محاولة استغلاله لاثارة الحس الوطنى لدى الشعب المصرى وذلك من خلال الاشادة باداء الفريق المصرى وبروحه القتالية وكفاحه طوال المباراة من اجل تحقيق الفوز على الفريق البريطانى.

وكانت هذه هى البداية الحقيقية لظهور الصحافة الرياضية فى مصر. وكانت الصحافة الرياضية فى ذلك الوقت قاصرة على اخبار كرة القدم وسباق الخيل والقليل من الانباء الرياضية العالمية ولم تتعرض الصحافة للنقد أو التعليق أو المقال بما يمكنها من تقديم الافكار والاقتراحات أو تصحيح بعض المعتقدات أو الاتجاهات بما يساهم فى النهوض بالرياضة ووضعها فى المسار الصحيح (٢٦ ـ ١٤).

- وفى عام ١٨٩٥اصدر «نورى اميل ناخارتى» صحيفة السباق وكانت تصدر بالاسكندرية.
- وفى عام ١٨٩٦ ظهرت مجلة الرياضة وفيما عدا ذلك لم تهتم أى صحيفة أو مجلة صدرت فى ذلك الحين بالاخبار الرياضية.
- وخلال العقد الأول من القرن العشرين صدرت عدة صحف ومجلات رياضية متخصصة كان ابرزها صحيفة الرياضة التى صدرت عام ١٩٠٥ وتلاها فى الظهور صحيفة ضياء الالعاب عام ١٩٠٧.
- وفى عام ١٩٢٠ ظهرت مجلة الرياضة البدنية وكانت تصدر عن نادى القاهرة الرياضى وكان ابراهيم علام (جهينة) هو القائم بمسئولية التحرير. وكان اهتمام الصحيفة ينصب على تقديم الالعاب الرياضية والاهتمام بحياة الرياضيين المشهورين فى ذلك الوقت وابراز الانشطة الرياضية التى تستحوذ على اهتمام جماهير القراء وخاصة نشاط كرة القدم.
- وفى ١٩٢١ صدرت مجلة الزمان وخصصت ثلاث صفحات للرياضة تحت عنوان الالعاب الرياضية والكشافة.
- وفى نفس العام صدرت فى القاهرة أول مجلة رياضية متخصصة فى

العالم العربى والافريقى باسم المضمار وكانت تهتم بجميع الانباء الرياضية بصفة عامة ونتائج مباريات كرة القدم وسباق الخيل بصفة خاصة.

- وفى عام ١٩٢٢ قامت هذه المجلة (المضمار) بتنظيم أول مسابقة لقرائها لاختيار احسن اللاعبين فى كرة القدم.
- وفى عام ١٩٢٣ صدرت مجلة رياضية اسبوعية كان اسمها الألعاب وكانت تصدر فى قطع صغير وكانت تهتم بنشر اخبار مباريات كرة القدم على كأس السلطانية.
- وفى عام ١٩٢٤ صدرت مجلة رياضية اطلق عليها اسم (السباق) وكانت اسبوعية تهتم بالعاب معينة مثل العدو، سباق الخيل، ألعاب المراهنات.
- وفى عام ١٩٢٦ ظهرت مجلة رياضية متخصصة اطلق عليها اسم الألعاب وكانت تهتم بالمقالات التى تحث المواطنين على ممارسة الرياضة بانتظام وفوائد ممارسة الرياضة.
- وفى عام ١٩٢٧ ظهرت فى الاسكندرية مجلة رياضية اسمها «الرياضة» وكانت تهتم بنشر اخبار الانشطة التى تقام بالاسكندرية واخبار نجومها المشهورين فى الألعاب المشهورة.
- وفى عام ١٩٢٨ ظهرت أيضا فى الاسكندرية صحيفة اخرى رياضية تسمى «سبور» ولكنها كانت غير منتظمة الاصدار.
- وفى عام ١٩٢٩ صدرت بالاسكندرية مجلة الرياضة الأسبوعية وفى نفس العام اعقبتها صحيفة ماتش الاسبوعية والتى تم اصدارها بالقاهرة.

وتنتهى فترة العشرينيات وتأتى فترة الثلاثينيات لتشهد انخفاض فى اهتمام الصحافة المصرية بالرياضة فقد صدرت مجلتان فى الرياضة المتخصصة كانت بترتيب ظهورها هما:

- مجلة السباق عام ١٩٣١.

- مجلة الالعاب الرياضية عام ١٩٣٣ وكانت تصدر اسبوعيا بالقاهرة .
- وفى هذا العام اهدت مجلة كوكب الشرق أول كأس لتتبارى عليه فرق كرة القدم فى جميع المحافظات المصرية وبذلك تعتبر الصحافة المصرية أول من ساهمت فى إعداد وتنظيم وتشجيع المسابقات الرياضية فى مصر .
- وفى عام ١٩٣٦ اهتمت صحيفة المصرى بالصحافة الرياضية حيث خصصت احدى ابوابها لنشر الاخبار والتعليقات الرياضية .
- وفى عام ١٩٣٧ صدرت بالقاهرة مجلة رياضية اسبوعية متخصصة باسم الشعاع .
- اما فى فترة الاربعينيات فلم تشهد صدور أى صحيفة أو مجلة رياضية متخصصة ويعود ذلك لتأثر معظم انشطة الحياة بالحرب العالمية الثانية .
- وفى عام ١٩٥٢ صدرت بالقاهرة مجلة الدليل الرياضى وهى مجلة دورية اسبوعية .
- وفى عام ١٩٥٥ صدرت مجلة الملعب ثم اعقبتها مجلة أخرى متخصصة باسم الرياضة واوقات الفراغ .

وتنتهى الخمسينيات وتبدأ الستينيات بصدور قانون تنظيم الصحافة والذى صدر فى ٢٤ مايو ١٩٦٠ وكان له أثره فى ان تتخذ الصحف المصرية طريقا واحدا فى تناول الموضوعات السياسية واتجهت الصحف للتغيير والتجديد فى الابواب الاخرى كالفنون والادب والرياضة. مما كان له الاثر الأكبر فى زيادة المساحة المخصصة للمادة الرياضية .

- ولكن فى ٥ يونيو ١٩٦٧ تحدث النكسة فيتوقف النشاط الرياضى تماما مما كان له الاثر السلبى على الصحافة التى وجهت كل اهتمامها الى اخبار الحرب فتتوقف جميع المجلات الرياضية عن الصدور .
- وفى ١٩٧١ صدرت جريدة التعاون الرياضى والتى تصدر عن دار التعاون للطبع والنشر .

- وفى عام ١٩٧٣ يشهد عودة النشاط الرياضى إلى ما كان عليه بل وشهد تطورا واصدار مجموعة من المجلات والصحف اشرفت على صدورها المؤسسات الصحفية الكبرى أو الاندية وكانت فى البداية صحيفة الأهلى وهى صحيفة نصفية صدرت عن النادى الأهلى فى عام ١٩٧٣ .

وتبعها صحيفة الزمالك وهى أيضا صحيفة نصفية صدرت عن نادى الزمالك فى عام ١٩٧٦ .

- وفى نفس العام صدرت صحيفة الكورة والملاعب صدرت عن دار التحرير للطبع والنشر .
- وفى عام ١٩٨٠ صدرت صحيفة جمهور المصرى وهى صحيفة نصفية وصدرت عن النادى المصرى ببورسعيد (٢٦ ـ ١٤ : ١٧) .
- وفى عام ١٩٨٩ صدرت صحيفة اخبار الرياضة (صحيفة نصفية) عن دار اخبار اليوم وهى صحيفة اسبوعية .
- وفى عام ١٩٩٠ صدرت مجلة الاهرام الرياضى عن دار الاهرام مجلة اسبوعية وتعتبر اخبار الرياضة والاهرام الرياضى دفعة جديدة للصحافة الرياضية .
- وفى عام ١٩٩٥ صدرت مجلة كايرو فوتبول وهى مجلة شهرية خاصة بكرة القدم فقط تصدرها منطقة القاهرة لكرة القدم (الاتحاد المصرى لكرة القدم) .
- فى عام ١٩٩٥ أيضا صدرت مجلة الكرة المصرية وهى مجلة رياضية شهرية خاصة بكرة القدم .
- وفى عام ١٩٩٦ صدرت أول صحيفة رياضية يومية هى صحيفة الميدان ثم تحولت الى صحيفة عامة فى نفس العام واصبح صدورها غير منتظم .

وقد لمست إدارة الصحف المصرية مدى اهتمام القراء بالرياضة وذلك من خلال ارتفاع نسبة التوزيع فى المناسبات الرياضية والتى تصل الى ٣٠٪ .

لذا اهتمت جميع الصحف المصرية سواء القومية أو الحزبية بان تبرز أهم الاخبار الرياضة سواء المحلية أو العالمية فى صدر صفحاتها وبالعناوين الكبيرة

وتخصص لها مساحات كبيرة لتغطية هذه الاحداث. وادى ذلك الى استقطاب كبار الكتاب والمفكرين فى المقالات والاعمدة فى الكتابة عن هذه الاحداث الرياضية (٧ ـ ٣٣: ٣٥).

كما قامت صحيفة الأهرام بتخصيص صفحة اسبوعية تحت اسم رياضات عالمية تقوم فيها بتغطية أهم الأخبار والاحداث العالمية فى هذه الرياضات.

وصحيفة الجمهورية قامت بتخصيص صفحة اسبوعية للرياضة فى مراكز الشباب لتغطية أهم الأخبار والأنشطة الرياضية التى تقوم بتنظيمها هذه المراكز والقاء الضوء على أهم المشكلات والمعوقات التى تعترض هذه المراكز فى إداء رسالتها ومحاولة تذليلها من خلال عرضها على الجهات المختصة أو المسئولة.

وصحيفة الاخبار قامت بتخصيص صفحتين للرياضة فى الدول العربية تقوم من خلالها بتغطية أهم الاحداث والأخبار الرياضية فى العالم العربى.

- وفى عام ١٩٩٦ أيضا صدرت صحيفة صوت الرياضة وهى صحيفة اسبوعية تصدر حاليا نصف شهريا مؤقتا وتصدر عن دار ام. ام الموقف العربى للصحافة والنشر شهرية ـ قبرص ـ نيقوسيا وتوزع عن طريق دار اخبار اليوم وهى تقوم بنشر أهم الأخبار والأحداث الرياضية فى مصر والتعليق عليها.
- فى عام ١٩٩٧ صدرت صحيفة الصقر الرياضى وهى صحيفة اسبوعية تصدر حاليا نصف شهريا مؤقتا ـ قبرص نيقوسيا. وهى تقوم أيضا بنشر أهم الاخبار والاحداث الرياضية فى مصر والتعليق عليها.

المعنى الاصطلاحى لكلمة الصحافة: *Press- Journalism*

تستخدم كلمة الصحافة للدلالة على معنيين ـ معنى مقابل لكلمة «Jouynalism» أى المهنة الصحفية.

ومعنى مقابل لكلمة «Press» أى مجموعة ما ينشر فى الصحف والصحافة هى احدى وسائل الاتصال الرئيسية التى تعتمد على الكلمة المطبوعة لنشر الآراء والأخبار واعطاء المعلومات بالاضافة الى الترقية والتسلية مما يحدث اثرا فى الفرد والمجتمع.

ويعتبر البعض ان المعنى الواسع للصحافة يشمل جميع وسائل الإعلام الحديث: الصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما والمسرح والندوة والكتاب والنشرة والمعرض.

أما المعنى الضيق لها فيقتصر على الصحف والمجلات.

ولقد عرفت المادة الأولى من قانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ الصحافة بأنها:

سلطة شعبية تمارس رسالتها بحرية فى خدمة المجتمع تعبيرا عن اتجاهات الرأى العام واسهاما فى تكوينه وتوجيهه بمختلف وسائل التعبير وذلك فى اطار المقومات الأساسية للمجتمع والحفاظ على الحريات والحقوق والواجبات العامة واحترام حرمة الحياة الخاصة للمواطنين.

كما عرفت المادة الأولى من قانون تنظيم الصحافة رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ الصحيفة بأنها:

الجرائد والمجلات والنشرات وسائر المطبوعات التى تصدر باسم واحد بصفة دورية ويستثنى من ذلك المجلات والنشرات التى تصدرها الهيئات العامة والجمعيات العلمية والنقابات.

أهداف الصحافة الرياضية:

الإنسان كائن حى له حاجاته وعن طريق اشباع هذه الحاجات يمكن توجيهه الى حياة سليمة ومن هذا المنطلق وضعت الصحافة الرياضية مجموعة من الأهداف (٢٦ - ١٣، ١٤) وهى كالتالى:

١- الأخبار والإعلام حيث تقوم بتذويد الجماهير بالأخبار اللازمة لها لتكون حكما على الموضوعات العامة.

٢- التعليق على الانباء الرياضية.

٣- تعكس آراء الاخرين فى الموضوعات والاحداث الرياضية والتعليق عليها من خلال عرض آراء القراء ووجهات نظرهم.

٤- التغطية الكاملة للبطولات والأحداث الرياضية المحلية والعالمية وخاصة التى تشترك فيها مصر.

٥- التعريف بالابطال والمثاليين فى المجالات الرياضية المختلفة والتركيز على الناشئين.

٦- توضيح مفهوم السلوك الرياضى والروح الرياضية.

٧- العمل على نشر الروح الرياضية والبعد عن التعصب والكراهية بين ابناء الوطن.

٨- التعريف بالقواعد والقوانين المختلفة للألعاب الرياضية.

٩- توعية وتثقيف الجماهير رياضيا.

١٠- التوجيه والارشاد للافراد والنوادى والهيئات والاتحادات الرياضية والجهات الحكومية والاهلية.

ولكى تحقق الصحافة الرياضية اغراضها يجب ان تتميز ببعض الصفات (٧٥ ـ ٧٥) منها:

١- حسن اختيار افراد القسم الرياضى ممن تتوافر فيهم صفات الصحفى الرياضى الناجح.

٢- ان يكون المخبر أو الناقد أو المحرر الرياضى ذى ماضى رياضى ويفضل ان يكون من خريجى كليات التربية الرياضية بما له من دراية بالملاعب والشئون الرياضية وقوانين الألعاب والروح الرياضية وتقاليدها. فالصحفى الرياضى يحس بأحساس الرياضيين بصفة خاصة والجمهور الرياضى بصفة عامة.

٣- تحرى الصدق وعدم التسرع فى كتابة ونشر الأخبار الرياضية.

٤- ان يكون الصحفى الرياضى موضوعيا فيما يكتب وان يصب كلامه عن الموضوع نفسه لغرض الوقاية والعلاج والاصلاح وتحقيق التقدم فى مختلف الميادين الرياضية وعليه ألا يتأثر بآرائه وميوله واتجاهاته الشخصية.

٥- ان يقدر أهمية وخطورة رسالة الصحافة والمهمة التى يقوم بها.
٦- مساعدة القارئ على فهم دلالة الأخبار الرياضية وإدراك ما وراء هذه الاخبار.
٧- مساعدة الصحيفة نفسها على الاقتناع بالأخبار الرياضية بحيث تتمشى هذه الاخبار مع سياسة الصحيفة.
٨- العمل على نشر وعى صحفى رياضى فى المجتمع وخاصة عن طريق نشر التعليقات التى تفيد القارئ والصحيفة فى وقت واحد.
٩- التعليق المستفيض للعمل على حماية القارئ فى بعض الاغراض الخبيثة لبعض وكالات الانباء.

وظائف الصحافة الرياضية:

تختلف وظائف الصحافة الرياضية باختلاف الظروف الرياضية والاجتماعية والسياسية لكل مجتمع كما تختلف وظائف الصحافة الرياضية من فترة زمنية لفترة زمنية اخرى فى نفس المجتمع ولكن يمكن تحديد أهم وظائف الصحافة الرياضية (٦٥ ـ ١٥ : ١٩) وذلك كالتالى:

١- الأخبار والإعلام:

وذلك بتغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وصحيح وشامل بما يعطيها معناها الحقيقى وان تقدم الصحافة فى نفس الوقت دائرة واسعة من المعلومات والمعارف والقوانين الرياضية ومن المبادئ الهامة فى الخبر الموضوعية وعدم خلطه بالرأى وحتى لاتتحول عملية تغطية الاحداث الرياضية الى عملية نشر لانصاف الحقائق والافتراءات فآفة الرأى الهوى.

٢- الشرح والتفسير والتحليل:

وذلك حتى يمكن ان يقدم للاحداث أو الموضوعات الرياضية دلالاتها المختلفة ويساعد القراء على فهمها وادراكها وتكوين وجهة نظر أو رؤية حولها

وهذا يتم من خلال وضع هذه الاحداث أو تلك الموضوعات الرياضية فى البناء العام للاحداث وباستخدام اشكال صحفية مختلفة.

٣- النقد والتعليق وطرح الرأى:

وهذا يتوقف على مقدار الحرية التى تتمتع بها الصحافة الرياضية حيث تقوم بطرح كل الآراء التى تعكس مختلف الاتجاهات الرياضية فى المجتمع الرياضى وتناقش كافة القضايا والمشكلات الرياضية المثارة فى هذا المجتمع.

وليس هناك رأيا صحيحا وآخر غير صحيح ولكن هناك وجهة نظر أو رأى مبنيا على معلومات كاملة وسليمة وصحيحة ومن ثم يكون رأيا صائبا والعكس صحيح.

٤- تحقيق التكامل والترابط بين افراد المجتمع الرياضى:

حيث يمكن للصحافة الرياضية ان تكون أداة للتكامل والوحدة بين افراد المجتمع الرياضى بانتماءاتهم ورغباتهم فى المشاركة فى النهوض بالرياضة على جميع المستويات.

٥- نقل التراث الرياضى من جيل لاخر:

وذلك بتعريف الأجيال المختلفة بالابطال الرياضيين الذين اثروا المجتمع الرياضى بما حققوه من انجازات رياضية هذا بالاضافة الى تعريف هذه الاجيال بالقيم والتقاليد الرياضية السائدة حتى يمكن المساهمة فى عملية التنشئة الرياضية للاجيال القادمة.

٦- التوثيق والتاريخ:

باعتبارها وثيقة تاريخية من خلال تسجيلها للاحداث والوقائع الرياضية المتلاحقة ومتابعتها بما يعين على فهم هذه الاحداث لمحاولة الاستفادة منها فى النهوض بالرياضة.

٧- التسلية والترويح والترفيه:

حيث تقوم الصحافة الرياضية بالتخفيف عن القراء من آثار التوتر والمعاناة اليومية ومساعدتهم على قضاء أوقات فراغهم بأساليب مناسبة تحقق لهم المتعة

والثقافة الرياضية وذلك من خلال نشر القصص الرياضية والكلمات المتقاطعة والمسابقات والالغاز الرياضية ونشر الصور الرياضية الطريفة والرسوم الكاريكاتيرية الساخرة وغير ذلك من الاشكال الصحفية .

٨- تقديم الخدمات:

وذلك من خلال تقديم بعض المعلومات الرياضية والصحية التى تفيد القارئ فائدة مباشرة مثل تعريف القراء بمواعيد المباريات الرياضية وأماكن اقامتها والاعلان عن مواعيد اذاعتها سواء فى الاذاعة أو التليفزيون واماكن انتظار السيارات فى حالة مشاهدة المباريات من الملاعب وتقديم بعض الاستفسارات فى مجال الطب الرياضى .

٩- التنقيب عن الفساد وكشف الانحرافات:

حيث تقوم الصحافة الرياضية فى المجتمعات الديمقراطية بدور الرقيب على الاندية والاتحادات والهيئات الرياضية المختلفة ومحاولة الكشف عن الانحرافات التى قد تحدث بها .

اذ تسعى الصحافة الرياضية الى التحرى عن بعض القضايا الرياضية أو بعض المواقف التى قد تحدث فى المجتمع الرياضى خاصة جوانب الفساد ويساعدها على القيام بهذا الدور ما تتمتع به من حرية وما يوفره لها القانون من حماية عند تصديها لقضايا الانحراف فى المجال الرياضى ضد بطش بعض المسئولين أو بطش السلطات .

أنواع الصحافة الرياضية:

يمكن تقسيم الصحافة الرياضية إلى عدة أنواع وذلك حسب بعض المعايير (٦٥ ـ ٢١ : ٢٦) والتى منها .

(١) دورية الصدور . (٢) التغطية الجغرافية .

(٣) المضمون . (٤) حجم التوزيع .

(٥) الشكل الفنى للصحيفة .   (٦) جهة الصدور .

أولا: من حيث دورية الصدور:

١- صحف رياضية يومية .

٢- صحف رياضية اسبوعية .

٣- صحف رياضية نصف شهرية .

٤- صحف رياضية شهرية .

٥- صحف رياضية ربع شهرية (كل ثلاثة شهور) .

ثانيا: من حيث التغطية الجغرافية:

ويقصد بها مدى الوصول الى جميع القراء فى الدولة التى تصدر بها أو على مدى أوسع يشمل عدة دول وتنقسم إلى :

١- صحف رياضية محلية حيث يغطى توزيعها محافظة مثلا أو اقليم معين وتهتم بالأخبار الرياضية فى هذه المحافظة أو الاقليم وتبنيها للقضايا والمشكلات الرياضية فى هذا الأقليم للتوصل الى الحلول المناسبة لها .

٢- صحف رياضية قومية وهى التى توزع على جميع الأفراد فى الدولة دون انتماء لاقليم أو محافظة معينة وتهتم بتغطية الأخبار الرياضية التى تحدث فى الدولة ككل كما تهتم ببعض الأخبار الرياضية العالمية والدولية .

٣- صحف رياضية دولية : وهى صحف رياضية قومية تصدر طبعات خاصة لتوزع خارج الدولة نفسها .

ثالثا: من حيث المضمون:

١- **صحف عامة:** وهى الصحف التى تجمع بين المضمون العام والمتنوع وتكون الرياضة احد صفحاتها حيث انها تشتمل على صفحات للادب والاقتصاد والسياسة والدين وغير ذلك والتى يتم توجيهها الى الجمهور بصفة عامة .

٢- **صحف رياضية عامة متخصصة:** وهى صحف جمهورها عام وغير متجانس من حيث خصائصه وسماته ولكنها تركز على الاخبار والقضايا الرياضية فى المجتمع وتعالجها بأسلوب يتسم بالبساطة والوضوح ليخاطب جمهور غير متخصص فى المجال الرياضى وتستخدم اللغة الصحفية المبسطة ويبتعد عن التراكيب والمصطلحات العلمية الرياضية الدقيقة التى قد لايفهمها غير المتخصصين فى المجال الرياضى.

٣- **صحف رياضية متخصصة:** وهى صحف لها جمهورها الخاص من المتخصصين علميا فى المجال الرياضى (الاكاديمى) ويغلب عليها اسلوب الدراسات والبحوث وتستخدم الاسلوب العلمى المباشر وتنشر المصطلحات العلمية المتعارف عليها بين المتخصصين فى المجال الرياضى (الاكاديمى).

رابعا: من حيث حجم التوزيع:

١- الصحف الرياضية الجماهيرية أو الشعبية: وهى ذات التوزيع الضخم وتكون رخيصة الثمن وتركز على الموضوعات الرياضية التى تهم القارئ العادى وتخاطب عواطفه معتمدة فى ذلك على الاسلوب السهل فى الكتابة وتهتم فى اخراجها بعوامل الجذب والاثارة الملفتة للنظر.

٢- صحافة النخبة أو المحافظة: وهى صحف رياضية تتحرى الدقة والموضوعية فى تناولها للأخبار والاحداث الرياضية وتميل إلى الاتزان فى معالجة ذلك وتركز على التحليل والشرح والتفسير والمقالات الرياضية الجادة ويكون توزيعها أقل لكن مستوى مادتها الرياضية اعمق وتهتم بالاحداث الرياضية الدولية وغالبا ما تكون مرتفعة الثمن مقارنة بالصحف الاخرى. ورغم ان توزيعها أقل الا ان تأثيرها قد يكون أكبر نظرا لانها تتوجه الى الصفوة فى المجال الرياضى وتخاطب عقولهم.

خامسا: من حيث الشكل الفنى للصحيفة:

(١) الجريدة الرياضية Journul

(٢) المجلة الرياضية Magazine

وتتفق الجريدة الرياضية والمجلة الرياضية فى انهما يصدران دوريا الا ان هناك مجموعة اختلافات بينهما من حيث:

أ- الشكل أو الحجم الذى تصدر به الجريدة الرياضية أو المجلة الرياضية فالجريدة الرياضية عبارة عن طيات لعدد من الصفحات دون غلاف تأخذ الأشكال التالية:

- الحجم الكبير Standard size حيث يتراوح طول الصفحة بين ٥٣ : ٥٦سم والعرض ما بين ٤١ : ٤٣سم عدد الاعمدة ٨ أعمدة اتساع العمود من ٤,٥ : ٥,٥سم.
- الحجم النصفى Tobloid Size: الطول ٤١ : ٤٣سم وهو نفس عرض الصحيفة العادية والعرض ٢٨ : ٣٠سم أما عدد الأعمدة ٥ أعمدة. وهناك حجم وسط غير شائع الاستخدام.

فى حين ان المجلة الرياضية تصدر فى عدد أكبر من الصفحات ذات غلاف يضم هذه الصفحات وتتنوع احجامها بين الحجم الكبير أو الحجم المتوسط أو الحجم الصغير (حجم الجيب).

ب- دورية الصدور: الجرائد الرياضية لاتزيد دورية صدورها عن أسبوع فى حين المجلة الرياضية لاتقل دورية صدورها عن أسبوع.

وتستخدم كل منهما (الجريدة أو المجلة) الاشكال الصحفية الرياضية المختلفة وإن كانت الجرائد الرياضية تركز غالبا على ماذا حدث؟

اما المجلة الرياضية فتركز على لماذا حدث؟ وكيف حدث؟ أى ان المجلة الرياضية تميل الى مزيد من العمق فى معالجتها الصحفية كما تسمح دورية الصدور الاطول نسبيا فى المجلة بإعطاء مزيدا من العناية والاهتمام فيها للصور

والالوان وتجويد عملية اخراجها واستخدام انواعا من الورق اكثر جودة من الذى تستخدمه الجرائد الرياضية.

سادسا: من حيث جهة الصدور:

١- صحف الأندية الرياضية أو مراكز الشباب: وهى التى تصدر عن بعض الاندية أو مراكز الشباب والتى تقوم بتغطية مختلف الانشطة الرياضية التى يشترك فيها النادى أو المركز. وتكون لسان حال هذا النادى أو المركز وتطرح رؤيته الخاصة لكافة الاحداث والقضايا الرياضية ويغلب عليها طابع صحافة الرأى.

٢- صحف الاتحادات الرياضية: وهى التى تصدر عن بعض الاتحادات الرياضية حيث تقوم بتغطية نشاط الاتحاد فى اللعبة التى يقوم بالاشراف عليها وتكون لسان حال هذا الاتحاد والتى من خلالها يقوم بعرض افكاره واتجاهاته وسياساته وكذلك طرح رؤيته الخاصة لكافة الاحداث والقضايا الرياضية الهامة.

دور الصحافة الرياضية فى تكوين الرأى العام الرياضى:

من الخطأ أن نعتقد ان الصحافة الرياضية هى وحدها صانعة الرأى العام الرياضى فى أى مجتمع فالاصح من ذلك ان يقال ان الصحافة الرياضية تؤثر فى الرأى العام الرياضى وتتأثر به فى نفس الوقت.

وبعبار اخرى ان الصحافة الرياضية تقود الرأى العام الرياضى وتنقاد له ولكن هذا لاينفى ان الصحافة الرياضية مازالت الى الان تعتبر من اقوى وسائل الإعلام الرياضية بل واقدرها على تكوين الرأى العام الرياضى.

وتؤثر الصحافة الرياضية فى الرأى العام عن طريق الخبر تارة والتعليق أو العمود تارة وعن طريق الاحاديث والتحقيقات الصحفية الرياضية تارة اخرى وعن طريق الصور والرسوم الكاريكاتورية اخر الامر.

ولذلك ينبغى ان تتوخى الصحافة الرياضية الصحة التامة فى نشر الخبر الرياضى غير ان الخطأ الكبير الذى قد تقع فيه بعض الصحف الرياضية هو الميل احيانا الى تحريف بعض الاخبار الرياضية وقد تبالغ فى هذا التحريف فتجعل منه تزييفا للخبر وفى هذا خطراً على الصحافة الرياضية من جهة وعلى القارئ من جهة اخرى.

ان أول ما ينبغى ان يحفظه المحرر الرياضى من المبادئ الصحفية هو المبدأ القائل بأن الخبر ليس ملكا للصحيفة، وليس ملكا للرأى العام الرياضى ولكنه ملك للحقيقة فقط.

ومعنى هذا ان الصحيفة الرياضية ليست حرة فى ان تنشر الخبر بالطريقة التى تحلو لها ولكنها مقيدة بتحرى الدقة والصدق والامانة والنزاهة فى نشر الأخبار الرياضية.

ان المقال الافتتاحى فى أى صحيفة رياضية هو الخبر الخاص بها ومن داخل هذا الخبر الخاص تتحدث الصحيفة الى قرائها وتؤثر فى افكارها وميولهم بالطريقة الخاصة بها.

كما تعتمد الصحافة الرياضية الحديثة على الصور والرسوم فى التأثير داخل الرأى العام الرياضى ذلك ان الصورة تغنى عن مئات الكلمات التى يمكن ان تقال وكذلك الرسوم الكاريكاتورية تعد سلاحا قويا من اسلحة الصحافة الرياضية الحديثة فرسما واحدا من هذا الفن لصحفى يشيع جوا من السخط أو الرضا عن شىء معين أو شخصية معينة لاتستطيع فنون القول الصحفى كلها ان تفعله الا بعد جهد مضنى وكبير (٥٤ ـ ١٥٣، ١٥٤).

الفصل الثامن

الصحفى الرياضى

- الخصائص التى يتميز بها الصحفى الرياضى
- التزامات الصحفيين وواجباتهم فى المجال الرياضى
  - الالتزامات والمسئوليات المهنية
  - الالتزامات والمسئوليات الاخلاقية
  - الالتزامات والمسئوليات القانونية
  - الالتزامات والمسئوليات الاجتماعية
- المسئولية الجنائية فى الجرائم التى تكون سببها الصحافة الرياضية
- مبادئ الصحافة الرياضية



الفصل الثامن
الصحفى الرياضى

إن مجال العمل للصحفى الرياضى واسع فكل رياضة لها قواعدها وقوانينها وارقامها القياسية وابطالها المشهورين والتى يجب ان يكون ملما بها .

هذا بالاضافة الى المامه التام بكل العوامل النفسية والاجتماعية فى المجال الرياضى ويسعى الى اماطة اللثام عنها كما يجب على الصحفى الرياضى ان يقوم بالعمل على تلاشى السلبيات التى قد توجد فى المجال الرياضى كحوادث العنف التى تقع فى الملاعب الرياضية وذلك بما يكتبه من مقالات وتعليقات وتحقيقات وغيرها من الفنون الصحفية .

كما ان هناك اهدافا تربوية عليا يتعين على الصحفى ان يضع خططها ومن هنا يستطيع ان يطبق قواعد للحكم على الناس يسترشد فيها بذوقه فى النقد .

ونتيجة لهذا عادة ما يكتسب الصحفى الرياضى جمهورا من القراء يحرص على متابعة ما يكتبه فى الصحيفة وخاصة فى وصفه للمباريات وتعليقه عليها وبالتالى لم تقم الصحافة الرياضية لمجرد امداد القارئ بالأخبار فقط بل أنها تتجاوز ذلك بكثير مما يزيد اهتمام القارئ بالصحافة الرياضية وحرصه على متابعة كل ما تتناوله (٢٦ ـ ١٨) .

الخصائص التى يتميز بها الصحفى الرياضى:

١- ان يكون ممن مارسوا النشاط الرياضى حتى يستطيع أن يكون ملما بكافة التفاصيل الدقيقة حول قانون وفنون اللعبة التى يكتب عنها .

٢- ان يكون دقيقا عند كتابته اسماء اللاعبين والحكام .

٣- لديه دراية عن تاريخ الألعاب المختلفة وتاريخ بلده الرياضى .

٤- ان يعمل على غرس القيم الرياضية الأصيلة من خلال كتاباته لكل القراء واللاعبين .

٥- ان يكون أول الحاضرين الى مكان المنافسة (الملعب) وآخر المنصرفين حتى ينقل الصورة كاملة للقراء .

٦- ان يعمل على نقل كافة التفاصيل والاحداث حتى يجعل القراء وكأنهم شاهدوا المباراة من الملعب (٢٤ ـ ١٥٠ : ١٥٢) .

هذا بالاضافة الى بعض الخصائص العامة التى يجب ان يتميز بها الصحفى الرياضى والتى منها :

١- الموهبة الصحفية .

٢- المعايشة الصحفية للأحداث والانباء .

٣- القدرة على استكمال مادة التحقيق .

٤- الثقافة العامة مع الاهتمام بفرع من فروعها .

٥- الهواية والحماس (٦٥ ـ ٢٣ ، ٢٤) .

وحتى يمكن للصحافة الرياضية من اداء مهمتها أو الاهداف التى وضعت من اجلها فانه يمكن الاستعانة بخريجى كليات التربية الرياضية للعمل بالصحافة الرياضية خاصة بعد وضع مادة الإعلام الرياضى ضمن المتطلبات الدراسية لخريجى كليات التربية الرياضية وفقا للائحة الجديدة التى قامت بتطبيقها بعض الكليات الان وتعد كلية التربية الرياضية ببورسعيد هى الكلية الرائدة فى ذلك حيث قامت بتطبيق هذه اللائحة فى العام الدراسى ٩٣/ ١٩٩٤ فى حين قامت كلية التربية الرياضية بنين بالقاهرة ـ جامعة حلوان بتطبيق هذه اللائحة فى العام الدراسى ٩٦/ ١٩٩٧ .

هذا بالاضافة الى فتح مجال الدراسات العليا لهؤلاء الخريجين للحصول على دبلوم الدراسات العليا فى الإعلام الرياضى.

والتى تتضمن خطة الدراسة بهذا الدبلوم المقررات الدراسية والتى يوضحها جدول (١)

جدول (١)

خطة الدراسة لدبلوم الدراسات العليا فى الإعلام الرياضى*

بكلية التربية الرياضية ببورسعيد جامعة قناة السويس

م	المقررات الدراسية	عدد الساعات	أعمال السنة	آخر العام	المجموع	زمن الامتحان
١	مدخل إلى الإعلام الرياضى	٤	٦٠	١٤٠	٢٠٠	٣ س
٢	تطبيقات فى الإعلام الرياضى	٤	٦٠	١٤٠	٢٠٠	٣ س
٣	الثقافة الرياضية	٢	٣٠	٧٠	١٠٠	٣ س
٤	مبادئ الاتصال	٢	٣	٧٠	١٠٠	٣ س
٥	سيكولوجية الإعلام الرياضى	٢	٣٠	٧٠	١٠٠	٣ س
	الاجمالى	١٤			٧٠٠	

التزامات الصحفيين وواجباتهم فى المجال الرياضى:

إلى جانب ما يتمتع به الصحفيون فى المجال الرياضى من حقوق وضمانات عليهم ان يلتزموا فى المقابل بمجموعة من المسئوليات والواجبات اثناء ممارستهم لمهنتهم تتمثل فى أربعة أنواع (٦٥ ـ ٨٥ : ٨٨).

* اللائحة الداخلية لكلية التربية الرياضية ببورسعيد ـ جامعة قناة السويس ـ قرار وزارى رقم ٢٥٥ بتاريخ ١٣/٣/١٩٩٣.

١ – التزامات ومسئوليات مهنية .

٢- التزامات ومسئوليات اخلاقية .

٣- التزامات قانونية .

٤ – التزامات ومسئوليات اجتماعية .

أولا: الالتزامات والمسئوليات المهنية للصحفى الرياضي والتى تتمثل فى:

١ – نقل الاخبار الرياضية دون تحريف أو تشويه وذكر الحقيقة من غير مراوغة أو تستر لا مبرر له .

٢- الالتزام بالموضوعية والصدق فى تناوله للاخبار والموضوعات والقضايا الرياضية .

٣- الحرص على العمل من أجل التدفق الحر والمتوازن للإعلام .

٤ – التحقق من صدق الخبر وصحته وعدم نشر معلومات زائفة أو غير مؤكدة أو لاهداف دعائية .

٥ – احترام اسرار المهنة والحفاظ عليها والالتزام بعدم التصريح بالاطلاع على معلومات معينة الا للمصرح لهم بذلك .

٦- الحصول على موافقة الشخص الذى يتم تخزين المعلومات عنه عدا فى الحالات التى ينص عليها القانون صراحة كالأمن القومى والاجراءات الجنائية .

ثانيا: الالتزامات والمسئوليات الاخلاقية للصحفى الرياضي:

ويقصد بها المسئوليات المتعلقة بمدى الالتزام بأخلاقيات المهنة والتى تتمثل فى :

١ – التزام الصحفى الرياضى بمستوى اخلاقى عال وبحيث يتمتع بالنزاهة ويمتنع عن كل ما يسيء لمهنته كأن يكون دافعه للكتابة مصلحة شخصية على حساب الصالح العام أو منفعة مادية .

٢- ومن خلال الاطار السابق على الصحفى الرياضى ان يمتنع عن العمل تزويد بعض الجهات بالمعلومات لحساب جهة أخرى أو القيام بأعمال التجسس لحساب هذه الجهة تحت ستار واجباته المهنية .

٣- احترام كرامة البشر وسمعتهم.

٤- عدم التعرض للحياة الخاصة للافراد الرياضيين أو جعلها بمنأى عن العلانية.

ثالثا: الالتزامات القانونية للصحفى الرياضى:

ويقصد بها مجموعة الالتزامات التى يفرضها القانون على المهنيين ويعاقبهم جنائيا فى حالة مخالفتها وهى كالتالى:

١- الالتزام بأحكام القانون.

٢- الامتناع عن التشهير أو الاتهام الباطل والقذف والسب.

٣- عدم انتحال اراء الغير ونسبها إلى نفسه.

٤- عدم التحريض على أى عمل غير قانونى ضد أى شخص أو مجموعة من الاشخاص فى المجال الرياضى.

٥- عدم نشر أى أمور من شأنها التأثير فى سير العدالة حتى تتوفر الضمانات للمتهمين والمتقاضين فى محاكمة عادلة أمام قاضيهم الطبيعى فلا يجوز محاكمتهم على صفحات الصحف الرياضية قبل حكم القضاء.

٦- الامتناع عن نشر انباء جلسات المحاكم السرية أو التحقيقات التى تجريها الاندية والاتحادات الرياضية لبعض الافراد فى المجال الرياضى.

رابعا: الالتزامات والمسئوليات الاجتماعية للصحفى الرياضى:

ويقصد بها المسئوليات التى يقبل الصحفى الرياضى طواعية الالتزام بها لاحساسه بمسئوليته الاجتماعية تجاهها والتى تتمثل فى:

١- ان يتصرف الصحفى الرياضى بشكل مسئول اجتماعيا ويحترم مسئوليته ازاء الرأى العام الرياضى وحقوقه ومصالحه.

٢- احترام حقوق الافراد فى المجال الرياضى واقرار التعاون بينهم.

٣- عدم الحض على الكراهية القومية أو العرقية فى المجال الرياضى والتى تشكل تحريضا على العنف أو التعصب.

٤- الامتناع عن نشر الموضوعات التى تحرص على الاجرام والانحراف وتحبذ المخدرات وما إلى ذلك.

٥- الالتزام بالقيم الرياضية المقبولة للمجتمع الرياضى.

٦- مراعاة مسئوليته تجاه المجتمع الرياضى الدولى فيما يتعلق باحترام القيم التى ينص عليها الميثاق الرياضى الدولى.

المسئولية الجنائية فى الجرائم التى تكون سببها الصحافة الرياضية:

١- لايجوز القبض على الصحفى الرياضى بسبب جريمة من الجرائم التى تكون الصحافة الرياضية سببها الا بأمر من النيابة العامة كما لايجوز التحقيق معه أو تفتيش مقر عمله لهذا السبب إلا بواسطة احد اعضاء النيابة العامة ويجب على النيابة ان تخطر مجلس النقابة العامة للصحفيين قبل اتخاذ اجراءات التحقيق مع الصحفى بوقت كاف.

٢- يعاقب الصحفى الرياضى على القذف اذا وقع بطريق النشر بالحبس مدة لاتزيد عن سنة وبغرامة لاتقل عن خمسة الاف جنيه مصرية ولاتزيد على خمسة عشر الف جنيه أو باحدى هاتين العقوبتين.

٣- يعاقب الصحفى الرياضى بالحبس مدة لاتزيد على سنة وبغرامة لاتقل عن خمسة الاف جنيه مصرية ولاتزيد على عشرين الف جنيه أو باحدى هاتين العقوبتين كل نشر بسوء قصد باحدى الطرق المنصوص عليها فى المادة (١٧١) من قانون العقوبات اخبارا أو بيانات أو إشاعات كاذبة أو اورقا مصطنعة أو مزورة أو منسوبة كذبا الى الغير اذا كان من شأن ذلك تكدير السلم العام أو اثارة الفزع أو الحاق الضرر بالمصلحة العام (٦٠ ـ ١٣).

هذا وتعد أعمال العنف أو الشغب التى تحدث فى الملاعب الرياضية والتى تكون الصحافة الرياضية سببا فيها أو المحرضة لها والتى تكون من نتيجتها الاضرار بالافراد والمنشآت الرياضية العامة بل والمنشآت والممتلكات الخاصة التى قد تمتد إليها أعمال العنف خارج اسوار الملاعب هذا من شأنه يستوجب تطبيق المادة السابقة.

مبادئ الصحافة الرياضية

لكى يتمكن الصحفى الرياضى من ممارسة مهنته على قواعد عادلة وسليمة عليه أن يتبع المبادئ الصحفية التالية (٥٤ ـ ٢٣٧، ٢٣٨):

١- **المسئولية:** لاتوجد وسيلة لاجتذاب القراء الى الصحافة الرياضية والمحافظة عليه كقارئ سوى تفانيها فى خدمته والعمل على رفاهيته وكذلك مساهمتها فى رعاية مصالحه وهذا يحملها مسئولية كبرى هذه المسئولية توزع على كافة العاملين فيها. والصحفى الرياضى الذى يستخدم امكاناته لتحقيق منفعة شخصية لايكون محل ثقة أو تقدير من جانب العاملين معه فى الحقل الصحفى ومن جانب جمهور القراء أيضا.

٢- **حرية الصحافة:** حيث يجب المحافظة على حرية الصحافة الرياضية باعتبارها جزء من الصحافة العامة وكذلك باعتباره حق من حقوق الإنسان وهذا الحق يقرره القانون للافراد بدون استثناء وعلى الصحفى الرياضى الذى يتمتع بحرية العمل فى المؤسسات الصحفية ان يقرنها بمسئولياته كمواطن اقسم اليمين باحترام الدستور.

٣- **استقلال الصحافة:** الصحافة الرياضية باعتبارها جزء من الصحافة العامة حرة من كل قيد عدا قيد ولائها للجمهور فلا يجوز للصحافة الرياضية ان تتبنى موضوعا خاصا ضد مصالح هذا الجمهور مهما كان السبب لان هذا العمل يتعارض مع الامانة الصحفية مع ضرورة الالتزام بإيضاح مصادر الاخبار التى تستقيها منها.

٤- **الولاء والصدق والذمة:** ان الثقة المتبادلة بين القراء والصحيفة هى اساس الصحافة الناجحة وعلى اساس هذا المبدأ يكون من واجب الصحافة الرياضية قول الحق ولا عذر لها فى مجابهته بحجة عدم العلم بالخبر كاملا أو تقصير مراجعتها له، وكذلك يجب ان يكون العنوان الرئيسى لأى موضوع متمشيا مع مضمون هذا الموضوع.

٥- **عدم التحيز:** حيث يجب ان تفرق ما بين الخبر والرأى فالاخبار عادة ما تكون خالية من وجهات النظر مجردة من الرأى أما التعبير عن الرأى فله مكانة فى بعض الفنون الصحفية الاخرى كالمقالة التى تحرر وتوقع دفاعا عن وجهة نظر معينة أو قضية معينة تهم جمهور القراء وتشغل بال الرأى العام الرياضى.

٦- **الصراحة فى القول:** حيث لايجوز للصحافة الرياضية ان تنشر اتهامات غير رسمية تمس سمعة بعض الافراد فى المجال الرياضى دون ان تعطى الفرصة للمتهم من ابداء دفاعه كخبر رشوة بعض الحكام. وقد جرت العادة ان تعطى الصحافة الرياضية فرصة للمتهم فى جميع احوال الاتهام التى لايتناولها القضاء للدفاع عن نفسه. كما لايجوز للصحافة الرياضية ان تهاجم المشاعر الشخصية للافراد فى المجال الرياضى بدون التأكد من ان هذا من حق المجتمع الرياضى وفضول الناس. كما انه من الواجب على الصحافة الرياضية ان تصحح اخطاءها فورا مهما كان مصدرها.

٧- **قواعد اللياقة:** حيث لايجوز للصحافة الرياضية ان تسرف فى نشر تفاصيل الجرائم التى قد تحدث فى المجال الرياضى لان رسالتها اسمى من ان تتعرض لنشر كل ما يتعلق بالجرائم وسوء السلوك.

الشروط التى يجب توافرها للصحافة الرياضية للمساس بخصوصيات الافراد:

١ ـ وقوع ظلم على الأفراد:

فعندما يقع ظلم من صاحب الخصوصية على فرد من الافراد وجب عليه افشاء ذلك على الرغم ممافى ذلك من اساءة لصاحب الخصوصية واظهار لامور قبيحة فى المجتمع.

ومثال ذلك عندما افشت احدّى الصحف بامريكا حادث اغتصاب الملاكم العالمى مايكل تايسون بطل العالم فى الملاكمة للوزن الثقيل لاحدى الفتيات.

* ورقة عمل قدمها د. ماجد الحلو إلى مؤتمر الحق فى حرمة الحياة الخاصة الذى نظمته كلية الحقوق جامعة الإسكندرية عام ١٩٧٨.

وكذلك لو ظلم احد رؤساء الاندية أو الاتحادات الرياضية مرؤسيه وترك رعاية شئونهم وتفرغ لاشباع نزواته واطماعه جاز لهم بل وجب عليهم فضح امره وسحب الرئاسة منه وليس هذا حق القانون فقط فاذا كان الاسلام يحرم الجهر بالسوء كقاعدة عامة فانه جعل للمظلوم استثناء من هذه القاعدة وذلك لرد الظلم الذى وقع عليه.

فيقول الله تبارك وتعالى:

﴿لا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلاَّ مَن ظُلِمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا﴾*.

٢ـ الاستناد إلى ادلة مشروعة:

حيث يجب عدم افشاء خصوصيات الأفراد والمساس بسمعتهم أو الاساءة الى مكانتهم امام الاخرين بغير ادلة مشروعة تثبت صحة الادعاء محل النشر أو الاعلام.

فاتهام الاخرين بما قد يسيء اليهم عبثا أو افتراء بغير دليل صحيح غير جائز قانونا.

وقد يشكل هذا جريمة قذف فى القانون الجنائى يعاقب عليها أما فى الشريعة الإسلامية فمن حق المظلوم ان يجهر بالسوء طلبا للحق وان افتقد الدليل امام الناس مادام يرى نفسه صادقا امام الله عز وجل.

كما يجب أن تكون ادلة الادعاء مشروعة فلا يكفى ان تكون الواقعة صحيحة فلو حدثت الواقعة موضوع النشر أو الإعلام فى مكان خاص كمنزل صاحبها مثلا وتم معرفتها عن طريق التلصص أو التجسس أو تم وضع أجهزة أو كاميرات تسجيل سرية فى الاماكن الخاصة أو عن طريق القهر أو العنف كاقتحام البيوت بغير اذن مقبول، فإن الادلة المقدمة بشأنها يجب الا يعتد بها وذلك بخلاف الحال اذا وقع الحدث فى مكان عام من حق الاخرين التواجد فيه كالنادى مثلا أو فى مكان خاص تم الاتصال به بطريق مشروع.

* سورة النساء الآية رقم ١٤٨.

٣ـ تحقيق فائدة من الإعلام أو النشر

الأصل ان الجهر بالسوء من خصوصيات الافراد محظور نشره أو اعلامه نظرا لضرره وما يمكن ان يؤدى إليه من شيوع الرذيلة فى المجتمع ولايسمح بالخروج على هذا الأصل الا استثناء اذا وجد المبرر لهذا الاستثناء وهذا المبرر يتمثل فى الفائدة التى يمكن ان تعود على الفرد المظلوم او الجماعة كلها من النشر أو الإعلام المتصل بهذه الخصوصية وهذه الفائدة قد تتمثل فى رد الظلم عن المظلوم بمساعدة الآخرين الذين تم إعلامهم سواء كانوا مسئولين بالاندية أو بالاتحادات الرياضية أو بالمجلس الأعلى للشباب والرياضة والذى قد يتمثل فى رئيس هذا المجلس رئيس الوزراء بحكم منصبه.

وقد تتجسد أيضا فى رفع الظلم عن نادى أو مركز شباب من جراء قيام أحد الطغاة أو المنحرفين برئاسته وقد يكون رفع الظلم عن هذا النادى أو ذلك المركز بازاحة صاحب الخصوصية (رئيسه) عن منصبه وسحب الثقة منه اذا كان قد ترك هذا المنصب ولو بالوفاة وليس صحيحا فيما نرى انه يحرم ذكر مساوئ الميت مطلقا امتثالا لقول رسول الله ﷺ: «اذكروا محاسن موتاكم»*.

فهذا الحديث يتعلق بموتى الافراد من احاد الناس ولايقصد موتى الافراد من ولاة الأمور (مسئولين بالاندية بالاتحادات الرياضية بالمجلس الأعلى للشباب والرياضة) فسيره ولاه الأمور يجب ان تذكر بصدق احقاقا لحق التاريخ ولاستنباط العبر والمواعظ منها وللاستفادة منها فى تنظيم مستقبل الجماعة وعدم تكرار الوقوع فى الاخطاء والمحاذير.

* رواه ابو داود والترمذى وقال: حديث حسن.

الفصل التاسع

كيف تعد صفحة رياضية؟

- هدف الصفحة الرياضية
- خصائص الجمهور المستهدف
- السياسة التحريرية للصفحة الرياضية
- المساحة المخصصة للصفحة الرياضية
- الكوادر الصحفية الرياضية المتخصصة
- تنفيذ الصفحة الرياضية

كيف تصدر صفحة أو مجلة رياضية متخصصة؟

- خطوات ما قبل الاصدار
- خطوات الاصدار نفسها



الفصل التاسع
كيف تعد صفحة رياضية متخصصة؟

عند قيام هيئة التحرير فى أى صحيفة أو مجلة بالتفكير فى إعداد صفحة باضية متخصصة لابد من الاجابة على التساؤلات الاتية :

١- ما هو الهدف من إعداد هذه الصفحة؟

٢- ماهى خصائص الجمهور المستهدف؟

٣- ماهى السياسة التحريرية التى تتبعها الصفحة؟

٤- ماهو حجم المساحة المخصصة للصفحة؟

٥- هل يمكن التنوع فى نشر موضوعاتها؟ (٨٢ ـ ٤١).

٦- هل هناك كوادر صحفية متخصصة رياضيا؟

وللاجابة على هذه التساؤلات يمكن وضعها فى صورة نقاط وذلك كالتالى :

أولا: هدف الصفحة الرياضية:

عند القيام بتنفيذ صفحة متخصصة فى مجال معين فى أى جريدة أو مجلة لابد وان يكون لها هدف معين ومحدد ومن ثم تعمل هذه الصفحة على تحقيقه وبالتالى فان الصفحة الرياضية المتخصصة لابد وان يكون لها هدف محدد وواضح ومعلوم وخاصة فى ذهن القائمين على تنفيذها أو تحريرها فقد يكون هذا الهدف الترويح أو الترفية أو قد يكون للتثقيف الرياضى أو التوعية الرياضية أو قد يكون للأخبار أو قد يكون مجرد تقديم الخدمة العامة فى المجال الرياضى وغير ذلك من الأهداف وفى ضوء هذا الهدف تبنى هيئة تحرير هذه الصفحة جهودها من أجل تحقيقه.

ثانيا: خصائص الجمهور المستهدف:

عند التخطيط لإعداد صفحة رياضية متخصصة لابد من دراسة خصائص الجمهور المخاطب أو الجمهور المستهدف للتعرف على اهتماماته واحتياجاته ورغباته واللغة الصحفية التى تتناسب معه حتى يمكن اختيار الموضوعات الرياضية التى يمكن ان تقدم له وكذلك اختيار اسلوب المعالجة الذى يتناسب معه وبالتالى يمكن من خلال ذلك اشباع رغباته وميوله واحتياجاته بما يضمن زيادة قاعدة القراء والمهتمين بهذه الصفحة بل واستمرار متابعتهم لما تقدمه هذه الصفحة من موضوعات رياضية مختلفة.

ثالثا: السياسة التحريرية للصفحة الرياضية:

إن الصفحة الرياضية فى أى جريدة أو مجلة لاتعمل من فراغ بل لابد وان يكون لها سياسة تحريرية معينة تميزها عن غيرها فقد يكون للصفحة اتجاه معين تلتزم به وتعمل على تأييده أو قد تكون لسان حال جهة أو هيئة أو مؤسسة رياضية معينة تعبر عن رأيها فى مختلف القضايا الرياضية المطروحة على الساحة الرياضية. كصحافة الاندية أو الاتحادات الرياضية أو قد تكون محايدة لاتنتمى الى جهة أو فئة معينة. وفى ضوء ما سبق تكون سياسة الصفحة التحريرية هنا إما معتدلة أو متطرفة ـ أو قد تكون مثيرة أم وقورة أم سيغلب على طبيعة الصفحة المعالجة السطحية أم المعالجة المتعمقة أم سيكون فى سياستها التركيز على الجانب الاخبارى أم التنوع فى استخدام الاشكال الصحفية فى معالجة الموضوعات والقضايا الرياضية المطروحة. وفى ضوء ماسبق أيضا تحدد السياسة التحريرية للصفحة الرياضية ما اذا كانت ستشارك بالرأى فى هذه القضايا أم لا أو سوف يقتصر دورها على مجرد اداء واجبها الاخبارى فقط.

رابعا: المساحة المخصصة للصفحة الرياضية:

إن المساحة المحددة أو المخصصة للصفحة الرياضية تمثل الحدود التى يمكن لهيئة تحرير هذه الصفحة التحرك فى اطارها فكلما زادت المساحة المخصصة لها

كلما امكن توظيف هذه الصفحة فى تقديم خدمة صحفية متميزة فتتعدد موضوعاتها واشكالها الصحفية بل يمكن التوسع فى معالجة هذه الموضوعات من خلال هذه الاشكال كما انها تتيح الفرصة لتثبيت هذه الاشكال وأيضا كلما زادت المساحة المخصصة لها كلما امكن التوسع فى استخدام عناصر الاخراج والابراز بشكل جيد وكذلك استخدام العناصر التيبوغرافية كالصور والرسوم والجداول والاشكال وغير ذلك بشكل يضفى على الصفحة الرياضية التميز والاثارة.

خامسا: التنوع فى موضوعات الصفحة الرياضية:

ومعنى ذلك ان هيئة تحرير هذه الصفحة تحدد ما اذا كانت هذه الصفحة سوف تتنوع فى موضوعاتها الرياضية أم انها سوف تقتصر على موضوع محدد، كأن مثلا تقتصر موضوعاتها عن كرة القدم فقط أم أنها سوف تتناول كافة الألعاب والرياضات التنافسية وكذلك تحدد ما اذا كانت هذه الصفحة سوف تتنوع فى استخدام الاشكال الصحفية المختلفة أم أنها سوف يقتصر على اسلوب تحريرها شكل الخبر فقط أو شكل المقال أو شكل التحقيق، وكذلك أيضا تحدد هيئة التحرير مدى امكانية استخدام كل العناصر التيوغرافية فى تناولها للموضوعات الرياضية أم أنها سوف تقتصر على البعض أو جزء منها فكلما كانت الصفحة ذات موضوعات متنوعة وذات اشكال متعددة وأكثر استخداما للعناصر التيبوغرافية المختلفة كلما كانت الصفحة قادرة على جذب أكبر عدد من القراء وبالتالى يمكن لها تحقيق الكثير من الاهداف التى تسعى إليها.

سادسا: الكوادر الصحفية الرياضية المتخصصة:

وحتى يمكن للصفحة الرياضية من تحقيق اهدافها فلابد من توافر الكوادر الصحفية الرياضية من محررين أو صحفيين متخصصين رياضيا لهم خبره ودراية بالمجال الرياضى كخريجى كلية الإعلام أو كليات الاداب قسم الصحافة وممن مارسوا الرياضة التى يقوموا بالكتابة عنها، أو من خريجى كليات التربية الرياضية بعد تعديل لائحة الدراسة بها واصبحت مادة الإعلام الرياضى احد مقرراتها

الدراسية الهامة* فمثل هؤلاء لهم القدرة على الكتابة الصحفية فى صفحات الرياضة اقدر من غيرهم وبالتالى يضمن وصول المعلومة صحيحة من مصدرها الاصلى الى جمهور القراء بما يساهم فى زيادة توعية وتثقيف هؤلاء القراء رياضيا.

تنفيذ الصفحة الرياضية:

بعد الاجابة على التساؤلات السابقة بالايجاب والاتفاق على ماجاء بها من نقاط يمكن البدء فى تنفيذ الصفحة الرياضية وذلك فى ضوء الخطوات الاتية:

١- تقسيم العمل بين هيئة التحرير التى ستتولى اصدار هذه الصفحة على اساس خبرة وكفاءة كل فرد فيها وقدرته فى التوصل الى مصادر المجال الرياضى الذى سيتولى الكتابة عنه.

٢- مراعاة ان يكون هناك فى كل فرع أو تخصص رياضى فرد أو مجموعة افراد فريق عمل فكرة القدم مثلا يختص بها فرد أو اثنين وكرة اليد كذلك وهكذا ومثلا يوكل لفرد أو لمجموعة افراد القيام بالتحقيقات الصحفية أو يوكل لهم كتابة اعمدة أو مقالات معينة ثابتة وغير ذلك من الاشكال الصحفية التى يختص بها فرد أو مجموعة من الافراد تكون هى مهمتهم الأولى.

٣- تحديد موعد ثابت لاجتماع قد يكون يومى أو اسبوعى حسب دورية الصدور حيث يوضع من خلاله خطة الصفحة التالية الصدور والموضوعات التى ستنفذ ومواعيد تسليمها.

٤- اختيار مكتب مراجعة للصفحة ومسئول عنها تكون مهمه هذا المكتب القيام بإعادة الصياغة للموضوعات بما تتضمنه من تغيير فى المقدمات والعناوين اذا اقتضى الأمر بينما تكون مهمة المسئول عنها ويطلق عليه احيانا رئيس القسم الرياضى ببعض الصحف تكون مهمته إدارية اذ يتولى تنسيق العمل فى الصفحة والالتزام بالخطوط والمبادئ الصحفية التى تم الاتفاق عليها والاتصال بهيئة تحرير الصحيفة ومدير تحريرها لتسليم المواد الصحفية أو القيام باختصار ما يلزم منها او تأجيل موضوعات معينة على

* لمزيد من التفصيل يمكن الرجوع إلى ص ١١٦، ١١٧ من هذا الكتاب..

ضوء الأولويات التى تم الاتفاق عليها حيث يقوم بتطبيق نظرية حارس البوابة فى ضوء نظرية أخرى من نظريات الإعلام وهى نظرية الأولويات*.

٥- اختيار فرد يكون حلقة الوصل بين تحرير الصفحة الرياضية وبين سكرتير تحريرها الفنى هذا الفرد قد يكون المسئول نفسه (رئيس القسم الرياضى) أو فرد اخر تكون مهمته اقتراح الموضوع الرياضى الرئيسى والصور الفوتوغرافية والرسوم التى تصاحب كل موضوع وكتابة التعليق عليها وغير ذلك من الأمور التى يكون متفقا عليها مسبقا مع المسئولين عن الصفحة الرياضية (٨٢ ـ ٤٣).

كيف تصدر صحيفة أو مجلة رياضية متخصصة؟

عند التفكير فى اصدار صحيفة أو مجلة رياضية متخصصة لابد من اتخاذ عدة خطوات هامة والتى يمكن تقسيمها إلى (٦٥ ـ ١٥٤ : ١٥٦):

١- خطوات ماقبل الاصدار.

٢- خطوات الاصدار نفسها.

أولا: خطوات ما قبل الاصدار:

حيث تكون هناك مجموعة من الخطوات التى يجب القيام بها والتى يمكن ايجازها فى بعض النقاط وذلك كالتالى:

١- دراسة خصائص الجمهور الرياضى المستهدف وذلك للتعريف على اهتماماته واحتياجاته ورغباته حتى يمكن تقديم الخدمة الصحفية التى تتناسب معه.

٢- دراسة الصحف أو المجلات الرياضية المنافسة. للتعرف على جوانب الخدمة الصحفية التى تقوم بتقديمها هذه الصحف أو المجلات إلى

* لمزيدا من التفصيل يمكن الرجوع إلى الفصل الثانى ص٣٤: ٣٨.

الجمهور وكذلك التعرف على جوانب الخدمة الصحفية التى اغفلتها والتى يمكن للصحيفة أو المجلة التى نحن فى صدد اصدارها بتغطيتها أو تقديم بعض الخدمات الصحفية الموجودة ولكن بشكل أفضل بما بتناسب واذواق الجمهور وحتى لا تكون هذه الصحيفة أو المجلة صورة مشابهة للصحف والمجلات الرياضية الاخرى.

٣- تحديد الهدف من اصدار الصحيفة الرياضية أو المجلة فهل ستكون لسان حال جهة معينة نادى مثلا أو مركز أو اتحاد رياضى أم ستكون صحيفة أو مجلة عامة وهل ستقوم بتغطية نشاط رياضى معين أو لعبة رياضية معينة أم ستكون شاملة فتحديد الهدف خطوة هامة يتوقف عليها الكثير من الخطوات.

٤- رسم السياسة التحريرية للصحيفة أو المجلة الرياضية بحيث لاتكون مجرد تكرار للصحف أو المجلات الرياضية الاخرى فلابد أن تكون لكل منها سياستها التحريرية المتميزة التى تنفرد بها عن الصحف أو المجلات الرياضية الاخرى.

٥- وضع التصميم الاساسى للصحيفة أو المجلة الرياضية وذلك بما يتناسب مع اهداف كل منها.

٦- اختيار النظام الانتاجى للصحيفة أو المجلة الرياضية.

٧- اختيار الكوادر الصحفية الرياضية المؤهلة اعلاميا ورياضيا وتوزيعها على الأقسام الصحفية المختلفة بحيث يكون لكل نشاط رياضى لعبة رياضية محرر أو أكثر متخصص فيها بحيث يمكنه القيام بالتغطية الصحفية المناسبة.

٨- الحصول على ترخيص قانونى للاصدار من المجلس الأعلى للصحافة.

٩- توفير التحويل اللازم ووضع الميزانية وحساب التكاليف.

١٠- توفير المقرر المناسب للصحيفة أو المجلة وكذلك التجهيزات المختلفة للاصدار.

Converted by Tiff Combine - (no stamps are applied by registered version)

١١- الاتصال بالمعلنين وحثهم على الإعلان فى الصحيفة أو المجلة للمساهمة فى تمويل الصحيفة أو المجلة الرياضية .

١٢- وضع الهيكل التنظيمى للصحيفة أو المجلة وتحديد الوظائف والاختصاصات وتحديد خط سير النص الصحفى وفقا لذلك .

١٣- عقد الاتفاقيات مع وكالات الانباء ومراكز الخدمة الصحفية ومراكز المعلومات والمراكز البحثية للاستفادة من خدماتهم .

١٤- التجهيز للحملة الإعلامية للصحيفة أو المجلة الرياضية وجدولتها وذلك بما يتاح لها من وسائل .

١٥- اصدار الإعداد التجريبية للصحيفة أو المجلة الرياضية وتقييمها للوقوف على جوانب القصور أو السلبيات بها ومحاولة تلافيها وايجاد الحلول المناسبة لها .

١٦- تحديد الموعد النهائى لصدور العدد الأول .

ثانيا: خطوات الاصدار نفسها:

هذه الخطوات يمكن وضعها فى صورة نقاط وفقا للترتيب التالى :

١- تقييم العدد الأول الصادر لمعرفة نواحى الضعف والقوة .

٢- التخطيط للعدد التالى .

٣- جمع المادة الصحفية الرياضية المكتوبة والمصورة .

٤- اعداد المواد المصورة (الكاريكاتيرية - رسوم يدوية - صور فوتوغرافية) .

٥- تقييم المادة الصحفية الرياضية التى تم جمعها ومراجعتها واستكمال مايلزم منها .

٦- الاستعانة بقسم المعلومات لاستكمال مايلزم من مادة صحفية .

٧- كتابة المادة الصحفية الرياضية فى اشكالها الصحفية المختلفة .

٨- جلب الاعلانات الصحفية وتحريرها واخراجها ووضعها فى ماكيت خاص بها وارساله لقسم الاخراج بالصحيفة .

٩- وضع تصور للاخراج الصحفى للصحيفة أو المجلة كتحديد الألوان والجداول والفواصل وتحديد البنط أو الكور والصور والمساحات الخاصة بكل موضوع من الموضوعات الرياضية وتحديد موقع الاشكال الصحفية المختلفة وغير ذلك من المعالجات التيبوغرافية المختلفة حتى يمكن رسم الماكيت الخاص بالصحيفة أو المجلة الرياضية.

١٠- ارسال المواد الصحفية المكتوبة بقسم الجمع وتصحيحها ومراجعتها.

١١- ارسال المواد المصورة والرسوم الى قسم التصوير.

١٢- القيام بعملية المونتاج أو التوضيب للوقوف على الشكل النهائى للصحيفة أوالمجلة الرياضية.

١٣- مراجعة عملية التصحيح والمراجعة والمونتاج.

١٤- التجهيز للصفحات (التصوير ـ تجهيز اللوحات).

١٥- الطباعة باستخدام مايتوفر من مطابع خاصة أو من خلال الاستعانة بمطابع المؤسسات الصحفية الكبرى.

١٦- التوزيع.

١٧- التقييم وعملية التقييم هذه يجب ان تكون مستمرة بمعنى عقب صدور كل عدد يجب ان تتم هذه العملية.

الفصل العاشر

التحرير الصحفى الرياضى

- أهداف التحرير الصحفى الرياضى
- قواعد تحرير المادة الصحفية الرياضية
- لغة تحرير الاشكال الصحفية الرياضية
- الانماط اللغوية التى يجب استخدامها عند تحرير الموضوعات الصحفية الرياضية.
  - استخدام اللغة الفنية أو التصويرية
  - استخدام المصطلحات الرياضية
  - استخدام اللغة العامية
- حتمية الالتزام بمصطلحات اللعبة



الفصل العاشر

التحرير الصحفى الرياضى

التحرير الصحفى هو عملية اتصال جماهيرية متكاملة الاطراف ومستمرة يقوم فيها القائم بالاتصال المحرر الصحفى (المرسل) بجمع المعلومات الصحفية الرياضية ومعالجتها وصياغتها كرسالة (المضمون) وذلك فى شكل أو قالب أو نمط صحفى مناسب هذا الشكل قد يكون خبر رياضى أو تعليق رياضى أو مقال رياضى أو خبر رياضى ثم يرسل أو ينشر هذا المضمون الرياضى أو هذه الرسالة الرياضية من خلال وسيلة اتصال جماهيرية هى الصحافة الرياضية (جريدة أو مجلة) وذلك الى المستقبل (الجمهور المتلقى) لتحقيق الاهداف الرياضية التى تسعى الصحافة من أجل تحقيقها باعتبارها احدى وسائل الاتصال الرياضية الجماهيرية الهامة.

والتحرير الصحفى الرياضى بمفهومه الصحفى كخطوة من خطوات اصدار الصحيفة الرياضية أو المجلة الرياضية هو العملية اليومية أو الاسبوعية حسب دورية الاصدار التى يقوم فيها المحرر الصحفى الرياضى بالكتابة الصحفية الرياضية أو المعالجة الصحفية للمعلومات الرياضية التى جمعها من المصادر الرياضية المختلفة ووضعها فى الاشكال أو الانماط أو القوالب الصحفية الرياضية المناسبة ثم المراجعة الدقيقة لها وإعادة صياغتها.

وعملية التحرير الصحفى الرياضى كعملية صحفية فنية وأيضا كخطوة من خطوات اصدار الصحيفة الرياضية يجب ان تبدأ فور عملية الكتابة الصحفية فالمحرر الرياضى يكتب المادة فى الشكل الذى اختاره بنفسه وقد يكتبها المحرر الرياضى ويراجعها المحرر الرياضى المسئول أى يحرر ما كتبه.

وقد تبدأ العملية وتنتهى مع المحرر الرياضى الذى يقوم بالعمليتين معا الكتابة والتحرير (٦٥ ـ ١٣٣ ، ١٣٤).

تعريف التحرير الصحفى الرياضى:

ان التحرير الصحفى الرياضى علم حادث فى اللغة العربية ومازال الى اليوم لم يستكمل مقوماته العلمية بعد بالرغم من جهود الكثيرين فى هذا المجال.

والحياة الرياضية فى تغيير وتطور دائم فى هذا العصر الذى يسمى بعصر ثورة المعلومات وفى ظل التقدم التكنولوجى فى مجال الإعلام حيث تحول العالم الى قرية تكنولوجية صغيرة ولهذا يجب ان يكون التحرير الصحفى الرياضى على هذا المستوى من التطور ومن المتعة والاستيعاب حتى يمكن اعداد الصحفى الرياضى القادر على مواجهة هذه التحديات.

لذا يمكن تعريف التحرير الصحفى الرياضى بأنه:

«فن تحويل الاحداث والافكار الرياضية وكذلك الخبرات والقضايا الرياضية الى مادة صحفية رياضية مكتوبة والتى تتناسب والمستويات الثقافية لجمهور القراء من مثقفين الى محدودى الثقافة الذى يقرأ ليفهم ويعرف» (٥ ـ ١٤).

فالاساس فى فن التحرير الصحفى الرياضى هو الافهام أولا والتعريف بما يحدث فى ارجاء العالم ثانيا وجذب القارئ وتشويقه للقراءة ثالثا ثم التأثير والارشاد والتوجيه رابعا.

وفن التحرير الصحفى الرياضى هو حجر الزاوية فى تكوين الصحافة الرياضية أو اخراجها واساس نجاحها هذا بالاضافة إلى ان جودة التحرير الصحفى الرياضى فى الصحافة الرياضية فنا ومادة وصياغة واسلوب، والدقة فى تناولها والقدرة على تغطية جوانب الاحداث الرياضية فى ابعادها المختلفة كل هذا يضمن لأى صحيفة رياضية القدرة على الاستمرار والبقاء والتطور والتوزيع وزيادة جمهور قراءها يوما بعد يوم [١٠٤ ـ ١٩].

وكلمة تحرير معناها إعداد كتابات الاخرين للنشر ومنها جاءت كلمة محرر

رياضى أو رئيس التحرير والمحرر الرياضى الناجح هو الذى ينجح فى الكتابة بلغة صحفية مناسبة وجيدة.

مما يجعل هذا النص الصحفى الرياضى خبرا كان أو موضوعا لايحتاج الى عملية تحرير جديدة تتضمن المراجعة وإعادة الصياغة مرة أخرى سواء بالحذف أو بالاضافة أو تغيير الأسلوب أو البناء الفنى للنص.

أهداف التحرير الصحفى الرياضى:

يهدف التحرير الصحفى الرياضى كعملية صحفية فنية وكخطوة من خطوات اصدار الصحيفة الرياضية الى تحقيق عدة اشياء منها:

١- جعل النص الصحفى الرياضى (الخبر أو الموضوع الرياضى) يتناسب مع سياسة الصحيفة الرياضية.

٢- تحرى الاخطاء التى قد ترد فى الحقائق والمعلومات الرياضية (قواعد وقوانين اللعبات أو الرياضات المختلفة ـ الأرقام القياسية لبعض الألعاب الفردية ـ المصطلحات الرياضية) وتصحيحها.

٣- جعل النص الصحفى الرياضى يتناسب مع المساحة المحددة لها.

٤- تبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفى الرياضى.

٥- مراجعة النص الصحفى الرياضى من أجل التأكد من الموضوعية المنطقية.

٦- تعديل لهجة النص الصحفى الرياضى عندما يتطلب ذلك.

٧- جعل النص الصحفى الرياضى يستحوذ على اهتمام القارئ.

٨- خلق نوع من الهارمونية والانسجام الاسلوبى بين النصوص الصحفية الرياضية المختلفة التى تنشرها الصحيفة الرياضية.

٩- تسهيل عملية الاخراج الصحفى للصحف والمجلات الرياضية (٦٥ ـ ١٣٤، ١٣٥).

ولتحقيق اهداف التحرير الصحفى الرياضى يجب على المحرر الصحفى الرياضى القيام ببعض العمليات الاتية:

١ – التأكد من دقة بيانات النص الصحفى الرياضى.

٢– اختصار الكلمات أو الجمل أو الفقرات غير الضرورية.

٣– إعادة صياغة النص الصحفى الرياضى كاملا بهدف صقله لغويا.

٤– إعادة صياغة النص الصحفى الرياضى بهدف خلق نوع من الاتساق الاسلوبى.

٥– حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الالفاظ التى تتسم بالصعوبة وضعف المقروئية.

٦– حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الفقرات التى قد تشكل جريمة تعاقب عليها قوانين النشر أو تتعارض مع الذوق العام أو التى تدعو الى الفرقة أو التعصب الرياضى وتشجع على القيام بأعمال العنف داخل الملاعب الرياضية.

٧– اختصار النص الصحفى الرياضى ليتناسب مع المساحة المحددة.

٨– استكمال النص الصحفى الرياضى ببعض المعلومات والبيانات الرياضية بحيث تجعله يغطى كل جوانب الفكرة التى يقوم عليها هذا النص خاصة فى الأخبار الرياضية والتحقيقات الصحفية الرياضية.

٩– إعادة صياغة العناوين الخاصة بالنص الصحفى الرياضى سواء الرئيسية منها والفرعية وعناوين الفقرات مما يساعد على تحقيق مزيدا من الراحة البصرية والفكرية للقارئ (٦٥ ـ ١٣٥).

قواعد تحرير المادة الصحفية الرياضية:

١– الاستغناء عن الكلمات الزائدة كأدوات التعريف التى لالزوم لها وظروف المكان والزمان وأحرف الاضافة وحروف الربط التى لاضرورة لها وكذلك الاستغناء عن الجمل الطويلة والمكررة.

٢– استخدام الالفاظ البسيطة التى تتميز بالصحة والوضوح ويفضل استخدام الكلمات القصيرة المألوفة.

٣- عدم استخدام صفة افعل فى التفضيل لانها تقلل من دقة الخبر فمثلا عبارة مثير أكثر دقة من اكثر المباريات اثارة.

٤- ضرورة استخدام الفعل المضارع ولاسيما فى العناوين وتجنب استخدام الالفاظ والعبارات التى تحمل معنيين أو التى تحتوى على تنافر لفظى ويفضل المبنى للمعلوم عن المبنى للمجهول الا ان استخدام المبنى للمجهول أحيانا يضيف على الاسلوب قوة.

٥- تجنب استخدام الجمع المركب فمثلا الطريق تجمع طرق وليس طرقات وكذلك تجنب جمع اسماء الجنس لان مفردها يؤدى معنى الجمع مثل المطر بدلا من الأمطار فيكتب مثلا المطر يؤجل مباراة الزمالك والأهلى اليوم.

٦- يجب استخدام التثنية فى مواضعها الصحيحة فمن الخطأ كتابة سار اللاعب على اقدامه إلى الملعب ولكن يكتب سار على قدميه.

٧- احترام قدسية الخبر الرياضى وان يكون خاليا من الرأى من خلال الالتزام بالموضوعية عند تحرير هذا الخبر.

٨- الا يزيد عدد كلمات الفقرة الواحدة على ٧٥ كلمة والا تزيد الفقرة عن اربعة جمل وقد تصل الى جملة واحدة فى الفقرة والجمل الطويلة تسرب الملل إلى القارئ الامر الذى يجعله ينصرف عن قراءتها فيكتفى بقراءة العناوين.

٩- ان يشتمل السطر من ٣٠ : ٣٥ حرفا وان يقسم الموضوع الى عدة فقرات بحيث الا يطغى ذلك على وحدة الخبر ولا على ما فيه من تجانس وتأكيد، وتفضيل الجمل البسيطة القصيرة.

١٠- ان يتضمن الخبر بيانا سافرا أو مضمرا للمصدر الذى استقى منه فالمحرر الرياضى يمكن له ان يذكر مصدر المعلومات صراحة أو ان يترك المصدر مضمرا فى الخبر أو يتعمد اخفاء مصدر الخبر ليحمى فردا معينا أو لتكون له مزيه اخبارية.

١١- فى حالة ذكر مصدر الخبر فى جميع فقرات الخبر يجب ان ينقل كلام المصدر بنصه بين قوسين أو ينقل فحوى هذا الكلام دون حاجة إلى ايراده بين قوسين كما انه من المستحسن التغيير فى الأسلوب عند نقل بعض الكلمات (قال، صرح، اعلن، اذاع، اصر، اشار) الى غير ذلك.

١٢- ترتيب الخبر ترتيبا حسنا منطقيا كان أو زمنيا فيجب على المحرر الرياضى ان يحلل الاحداث الرياضية وان يربط بينها ليجعل منها قصة اخبارية مترابطة تدور حول محور رئيسى.

١٣- استخدام المصطلحات الرياضية باللغة العربية بدلا من المصطلحات الاجنبية المعربة كالتسلل فى كرة القدم بدلا من الاوفسيد أو ضربة حرة بدلا من فاول وغير ذلك من المصطلحات.

١٤- استخدام علامات الوقف (الترقيم) لوضوح الاسلوب ولسهولة الفهم لدى القارئ كالنقطة الفاصلة وعلامات الوقف الاستدراكى(:) والفاصلة المنقوطة (؛) والشرطة (ـ) واقواس الاقتباس « » والمفردة ( ) ولكل منها وظيفة واسلوب فى الاستخدام.

١٥- الاهتمام بذكر الاسم الكامل للشخص فى أول الخبر ولا مانع بعد ذلك من ذكر جزء من اسمه كما يجب الاهتمام بالالقاب العلمية والرياضية والمعرفية أو غيرها لان هذه الألقاب تصبح مع الوقت جزء من شخصية حاملها فاذا كان الشخص لايحمل لقبا فيمكن وصفة بالسيد اذا كان عربيا وما يقابلها اذا كان اجنبيا لان الخطأ فى ذلك قد يسبب خلطا بين شخصيتين فهناك مثلا محمد رمضان اللاعب وهناك أيضا محمد رمضان المدرب فلابد من ايضاح ذلك.

١٦- مراعاة القواعد الخاصة بكتابة الأرقام الحسابية لتسهيل القراءة ويفضل كتابة الأرقام من واحد الى تسعة بالحروف وفيما عدا ذلك يكتب بالارقام (٦٥ : ١٤٨ : ١٥٠).

لغة تحرير الاشكال الصحفية الرياضية

لقد ولدت لغة الصحافة فى احضان لغة الادب واستندت إليها ثم تطورت مع إدراك وفهم القائمين على الصحافة لخصائص هذه الوسيلة كوسيلة إعلام حتى ترسخت مقوماتها وتحددت سماتها وخصائصها واسلوبها (٨٥ ـ ١٥١).

واللغة هى نظام من الرموز وأى نظام لغوى يتكون من اصوات تكون كلمات تؤلف جملا لاداء معني.

والموضوعات الرياضية التى يتم تحريرها من خلال الاشكال الصحفية المختلفة هى نوع من الموضوعات الخفيفة التى تهدف الى تسلية وتثقيف القارئ.

ولهذا نجد ان كتاب ومحررى الصحافة الرياضية يملكون حرية أكثر عند تحرير موضوعاتهم الصحفية مقارنة بغيرهم من الكتاب والمحررين فى الأقسام الاخرى الصحفية.

وبذلك يمكن للصحافة الرياضية ان تقدم نماذج جيدة للتحرير الصحفى الرياضى بما يتناسب مع الهدف منها.

ولهذا يجب على الكاتب أو المحرر الرياضى ان يكون على درجة كبيرة من الابداع فى استخدام اللغة حتى يستطيع ان يقدم مادة صحفية يفهمها الجمهور الذى يتطلع دائما إلى اسلوب ابداعى وخلاق (٥١ ـ ٢٣٢).

كما يجب أيضا ضرورة الحرص على البساطة والوضوح فى لغة الكتابة الرياضية وذلك لان النسبة الغالبة من قراء الصحافة الرياضية من محدودى الثقافة وان لم يمنع هذا من وجود قراء للصحافة الرياضية ينتمون الى المستويات الثقافية والتعليمية المرتفعة لكن العبرة هنا بالاغلبية التى يكتب المحرر الرياضى لها فلهذا لابد من مراعاة قدراتها الثقافية.

ويعد «نجيب المستكاوى» رئيس القسم الرياضى بصحيفة الاهرام سابقا أول من و ضع لغة صحفية جديدة فى الصحافة الرياضية والتى اخذتها عنه بقية الصحف والمجلات الرياضية بل وبقية وسائل الإعلام الرياضية فى العالم العربى.

وأهم ما يميز لغة المستكاوى هو البساطة فى التعبير وكثرة استخدام الالفاظ والمصطلحات والتراكيب اللغوية الشعبية مثل اطلاق لقب الدراويش على النادى الاسماعيلى والشواكيش على الترسانة والعناتيل على نادى الزمالك والشياطين الحمر على النادى الأهلى وكذلك اطلاق الالقاب على بعض اللاعبين مثل المجرى على اللاعب مصطفى عبده لتميزه بالسرعة، ووحش أفريقيا على حارس المرمى «اكرامى» لجرآته وقوة انقضاضه وبسالته فى الذود عن مرماه ضد مهاجمى الفرق المتنافسة وغير ذلك من المصطلحات والاسماء التى يطلقها على الاندية واللاعبين والتى تلاقى قبولا شعبيا من غالبية القراء.

ومن ناحية أخرى هناك بعض المحررين الرياضيين قد يلجأون الى أسلوب الاثارة فى الكتابة الرياضية وخاصة فى لعبة كرة القدم والتى تستحوذ على اهتمام غالبية جمهور الرياضى حيث تعد اللعبة الشعبية الأولى فى معظم بلاد العالم وخاصة فى العالم العربى حيث يستخدم هؤلاء المحررين العناوين التى تعمل ايقاع الفرقة والتناحر بين جماهير الاندية الرياضية وبعضها.

وهو اسلوب خاطئ قد يتسبب فى غرس التعصب فى نفوس هذه الجماهير والعمل على تعميقه الذى قد يؤدى الى عواقب وخيمة على الرياضة والرياضيين كنشوب احداث شغب أو العنف فى الملاعب والتى تؤدى فى احيان كثيرة الى اذهاق ارواح الكثير من الابرياء علاوة على تدمير المنشاءات الرياضية من ملاعب وصالات والتى قد تقدر بالاف الجنيهات وبالتالى تصبح الرياضة وبالا خطيرا على المجتمع.

ولكن هذا لايعنى أنه ليس من حق الصحافة ان تثير المنافسة بين الاندية وبعضها واللاعبين وبعضهم.

ولكن المنافسة شيء وأثارة التعصب والفتنة شيء آخر (٥٧ ـ ٩).

ولهذا يشترط فى المحرر الرياضى الالمام باللغة المناسبة ومعرفة الشروط التى يجب مراعاتها عند تحرير الموضوعات الرياضية من خلال الاشكال الصحفية المختلفة والتى يمكن ابراز أهم هذه الشروط فيما يلى:

١- تجنب استخدام الالفاظ والكلمات الغامضة أو غير المفهومة وذلك بما يتناسب مع القارئ العادى فالدقة والوضوح والبساطة هى السمات الرئيسية لتحرير الاشكال الصحفية الرياضية.

٢- تجنب استخدام الفاظ أو كلمات يستخدمها كاتب أو محرر رياضى آخر حتى لايثير استياء القارئ وفى نفس الوقت حتى تكون للكاتب أو المحرر الرياضى ذاتيته التحريرية التى تميزه عن غيره.

٣- تجنب استخدام الالفاظ والكلمات غير المعبرة وكذلك الالفاظ التى تصور المنافسة بين اللاعبين وبعضهم أو بين الفرق وبعضها على أنها حرب لابد من تحقيق الانتصار فيها.

٤- تجنب استخدام الالفاظ والكلمات التى توحى بالتعصب أو التحيز وتشجع الجمهور على ذلك سواء كان هذا التحيز أو التعصب لفريق أو لاعب معين.

٥- تجنب الافراط فى اطلاق بعض الصفات أو الالقاب على بعض اللاعبين كوصفه بأنه احسن لاعب أو أنه اللاعب البطل أو الهداف أو غير ذلك من الصفات والالقاب التى توحى بمهارة اللاعب وبطولته ما لم يكن قد وصف او حاز هذا اللاعب عليها بشكل رسمى مما قد يصيب بعض اللاعبين بالغرور وتكون بداية النهاية لهم.

٧- تجنب التضحية بالمعلومات الرياضية فى سبيل اسلوب كتابة افضل فتعطى للمعلومات الأهمية الأولى والأسلوب الجيد سوف يأتى بطبيعته.

وفى ضوء الشروط السابقة لتحرير الموضوعات الرياضية يمكن استخلاص بعض الانماط اللغوية التى يجب استخدامها عند تحرير هذه الموضوعات والتى منها:

١- استخدام اللغة الفنية أو التصويرية:

وهى التى تمكن الكاتب أو المحرر من التعبير باللغة المحسوسة عن المعنى والخواطر والاحاسيس فاللغة الفنية أو التصويرية ليست سردا للحقائق أو بثا مباشرا

للانكسار ولكنها تجسيد وتمثيل لتلك الافكار والحقائق يعايشها القارئ ويدركها ادراكا حسيا فبالتالى يكون لها صدى كبير فى نفسه واثرا عميقا فى وجدانه.

٢- استخدام المصطلحات الرياضية:

المصطلح الرياضى هو كل كلمة أو مجموعة من الكلمات تعبر أو تصف حركة أو اداء أو مهارة فنية معينة فى المباراة بشكل مناسب ودقيق وبعيد عن التداخل.

ولكل رياضة من الرياضات المصطلحات الخاصة بها والتى تميزها عن غيرها فالضربة الركنية فى كرة القدم والارسال فى الكرة الطائرة والرمية الثلاثية فى كرة السلة والايقاف والاستبعاد والطرد فى كرة اليد وغير ذلك من المصطلحات.

والصحافة الرياضية يجب عليها الالتزام باستخدام المصطلحات الرياضية ذلك ان الموضوعات الرياضية ما هى إلا احداث درامية والمصطلحات تكمل البناء الدرامى لهذه الاحداث كما انها توفر قدرا كبيرا من الحيوية لهذه الموضوعات حيث انها تمكن الكاتب أو المحرر الصحفى الرياضى من العرض الموجز والمعبر عن احداث المنافسات.

ولأهمية استخدام المصطلحات الرياضية تشترط الصحافة الرياضية فيمن يعملون بها المعرفة التامة والإلمام الكامل لقواعد اللعبة أو الرياضة التى سيقوم بالكتابة عنها.

ولضمان توافر ذلك أيضا يجب أن يكون هناك محررا رياضيا أو أكثر لكل لعبة أو رياضة معينة ويكون ممارسا لهذه اللعبة أو دارسا لها.

مع ضرورة قيام المحرر الصحفى الرياضى بشرح المصطلحات الرياضية اذا تطلب ذلك حتى لايصاب القارئ بالملل نتيجة غموض هذه المصطلحات.

٣- استخدام اللغة العامية:

وهى اللغة التى تجرى على السنة الناس دون تقيد بقواعد اللغة العربية المتعارف عليها من نحو وصرف وغيرها وهى إداة التعبير عن المستوى المحلى وهى ذات صور عدة تختلف فيما بينها باختلاف الاقطار والاقاليم فى الوطن العربى الواحد.

وهى لغة الحديث فى الحياة العادية فى المنزل والشارع والسوق وكل ما يتصل بالسلوك الإنسانى بالمنطقة المحلية المعينة.

ويعد استخدام الالفاظ أو الكلمات العامية فى تحرير الموضوعات الرياضية نوعا من أنواع التبسط والتقرب والتودد الى القراء ويرى البعض ان استخدام بعض الالفاظ والكلمات العامية تقوى الموضوعات الرياضية أكثر ما تفسدها فهى توضح للقارئ الكثير من المواقف.

والمحرر أو الكاتب المتمرس يتوقع من قرائه ان يعرفوا ما يتحدث عنه عندما يستخدم هذه الالفاظ والكلمات ذلك انه اذا اراد أن يشرح هذه المواقف سيؤدى ذلك فقد المساحة المخصصة للموضوع.

ولكن تجدر الاشارة هنا الى افراط الكثير من الكتاب والمحررين فى الصحافة الرياضية فى استخدام اللغة العامية حتى اصبحت الصحافة الرياضية مكانا للالفاظ والكلمات المبتذلة والرخيصة والتى لامعنى لها.

وعليه فان الكاتب أو المحرر الرياضى مطالب بأن يخضع اسلوبه للذوق المقبول اضف الى ذلك اذا كان للكاتب أو المحرر الرياضى الحرية فى استخدام اللغة العامية فإنه رغم ذلك لايستطيع ان يجازف باستخدام العامية أكثر من استخدامه للغة الراقية المستخدمة فى أنواع الكتابات الصحفية الاخرى (٥١ ـ ٢٣٧، ٢٣٨).

هذا بالاضافة الى أن اللغة التى تكتب بها الموضوعات الصحفية الرياضية لابد وأن تتوافر فيها جملة استياء منها:

١- ايثار الجمل القصيرة على الطويلة بحيث لاتزيد الجملة عن قدر معين من الالفاظ وتكتب بلغة سلسة ومفهومه.

٢- استعمال الكلمات التى تصيب الهدف بدلا من استعمال الكلمات العامة التى قد تعنى اشياء كثيرة بعيدة عن الهدف فالالفاظ يجب ان تتميز بالدقة والوضوح.

٣- ايثار الفقرات القصيرة على الفقرات الطويلة حتى تضمن الصحافة الرياضية انتباه القراء لها.

٤- الحرص على استعمال الالفاظ المألوفة وتجنب استعمال الالفاظ غير المألوفة التى تثير الغموض.

حتمية الالتزام بمصطلحات اللعبة:

ان لكل لعبة رياضية مصطلحات فنية خاصة بها والتى يجب ان يلم بها الصحفيون الرياضيون فالالمام بهذه المصطلحات هو المعيار للحكم على المحرر أو الناقد الصحفى بأنه يفهم اللعبة التى يكتب عنها أولا يفهمها.

فكيف ينتقد لاعبا وهو لايعرف مصطلحات ومسميات اللعبة أو الرياضة التى يقوم اللاعب بممارستها؟

كيف ينتقد مدربا وهو لايعرف مصطلحات ومسميات الطرق والخطط التى طبقها المدرب والفروق التى بينها ومدى مناسبة كل منها لظروف وطبيعة المنافسة التى يشترك فيها هذا المدرب. وغير ذلك من المصطلحات والمفاهيم التى تميز رياضة عن غيرها من الرياضات (٥٩ ـ ١٣٨، ١٣٩).

فالمام المحرر أو الناقد الصحفى بالمصطلحات الفنية الخاصة بكل لعبة يعمل على إثراء ثقافة القراء الرياضية هذا بالاضافة الى ضرورة الالتزام بكتابة هذه المصطلحات باللغة العربية بما يساهم فى زيادة الحس الوطنى لدى الجمهور والبعد عن كتابة المصطلحات الأجنبية باللغة العربية كالذى يكتب التسلل اوفسيد فهذا يؤدى إلى الاغتراب وفقدان الهوية فإن كان لابد من ذلك فيجب كتابة هذا المصطلح بلغته الاجنبية بجوار ترجمته العربية وذلك فى ظل التطور التكنولوجى الهائل الذى لحق بطباعة الصحف اليوم فى مصر والعالم.

مراحل التغطية الصحفية للاحداث الرياضية:

قسم فاروق أبو زيد (١٩٨٦) مراحل التغطية الصحفية لأى حدث رياضى الى ثلاث مراحل وذلك كالتالى:

المرحلة الأولى: وهى التى تقوم على التغطية التمهيدية للأحداث الرياضية عن طريق الحصول على المعلومات الكافية عن اطراف هذه الاحداث كالفرق المنافسة وظروف كل فريق واستعداداته وامكانياته وموقفه فى المسابقة ونشر مثل هذه المعلومات بأخذ طابع التغطية الاخبارية.

المرحلة الثانية: وهى التى تقوم على التغطية التسجيلية للأحداث الرياضية عن طريق الوصف الدقيق لسير الاحداث وتطورها ووصف وقائعها مع تسجيل النتائج النهائية لهذه الاحداث ونشر هذه المعلومات بأخذ طابع التغطية التحليلية.

المرحلة الثالثة: وهى التى تقوم على التغطية التقييمية للأحداث الرياضية عن طريق تقييم اداء كل طرف من اطراف هذه الاحداث مع الكشف عن الجوانب الايجابة كارتفاع المستوى المهارى والبدنى للاعبين وحسن تنفيذهم لتعليمات وخطط المدرب، وكذلك الكشف عن الجوانب السلبية كضعف المستوى البدنى والمهارى للاعبين ومحاولة استخلاص الدروس المستفادة من هذه الاحداث.

والتغطية الصحفية للاحداث الرياضية بمراحلها الثلاثة لابد ان تنطلق من كون الصراع يشكل احد مراكز الاهتمام الرئيسية عند الإنسان (٥٧ ـ ٧٨، ٧٩).

والتغطية الصحفية لابد ان تدور حول هذا المحور فهى غالبا ما تقوم على صراع بين فريقين أو أكثر وكل منها يسعى الى الفوز. فالرياضة بذلك تقنين مشروع ومهذب للصراع الإنسانى أى أنها لاتتعارض مع القيم والعادات والتقاليد السائدة فى المجتمع وهى بذلك تفرغ الطاقات المكبوتة أو الكامنة داخل الإنسان.

والمحرر الرياضى يجب ان يدرك أن أقلية من القراء هم الذين يمارسون الرياضة وان الذين يتفرجون على المباريات أكثر من الذين يمارسونها لكن الذين يقرأون عنها أكثر بكثير من الممارسين والمتفرجين.

فعلى سبيل المثال فى مباريات كرة القدم يمارس اللعب فوق المستطيل الاخضر اثنان وعشرون لاعبا فقط فى حين ان الذين يتابعون هذه المباريات يقدر بالالاف حيث يصل عدد المتفرجين فى المباراة الواحدة إلى مايقرب من ١٢٠ ألف متفرج أو ما يزيد.

أما الذين يقرأون عن هذه المباراة فيقدر احيانا بالملايين.

فمعنى ذلك ان المحرر الرياضى يغطى المباراة للذين لم يتفرجوا عليها ولابد ان يجعلهم يشعرون وهم يقرأون تقريره عن وصف المباراة كما لو انهم يحضرون المباراة فعلا.

لكن بدخول التليفزيون فى مجال التغطية الرياضية بالصوت والصورة تغيرت وظيفة التغطية الصحفية للمباراة فالمحرر الرياضى يكتب اليوم لجمهور سبق له ان شاهد المباراة فى التليفزيون لذلك تحولت وظيفة التغطية الصحفية للمباراة من الوصف الدقيق لاحداثها الى التحليل العميق لخط سيرها والتقييم الدقيق لاداء اللاعبين والحكام والجمهور فالتحليل والتقييم أصبح أهم من الوصف والتسجيل فى التغطية الصحفية للاحداث الرياضية.

الفصل الحادى عشر

الأشكال الصحفية لموضوعات الصحافة الرياضية

الخبر الرياضى

* تعريف الخبر
* قواعد تحرير مادة الخبر الرياضى
  - العنوان
    - أهداف العنوان
    - اسس كتابة وتحرير العنوان
    - أنواع العناوين
  - المقدمة (الاستهلال)
    - اشكال المقدمة
  - جسم الخبر (النص)
* مدخل تحرير الخبر الرياضى
  - مدخل التركيز على الفرد
  - مدخل القصص الحوارية
  - مدخل ضمير المتكلم
  - مدخل ترتيب الاحداث حسب زمن وقوعها
  - مدخل السرد
* أنواع الخبر الرياضى
* طرق صياغة الخبر
* مصادر الاخبار والسبق الصحفى
* المتابعة الاخبارية



الفصل الحادى عشر
الاشكال الصحفية لموضوعات الصحافة الرياضية

بعد ان يقوم المحرر الصحفى بجمع المعلومات الرياضية أو المادة الصحفية الرياضية من مصادرها المختلفة وذلك وفقا لخطة معينة وبعد مراجعة ما تم تنفيذه أو الحصول عليه وفقا لهذه الخطة واستكمال الناقص منها.

تأتى الخطوة التالية التى تتعلق بالجوانب التعبيرية أو التنفيذية فى العمل الصحفى أى صياغة تحرير أو كتابة المادة الصحفية بما تتضمن من معلومات وبيانات وارقام وصور ورسوم فى لغة صحفية بسيطة سهلة مفهومة محددة، دقيقة، مقروؤة مناسبة لمستوى قراء الجريدة الرياضية.

هذه الصياغة أو المعالجة الصحفية تأخذ اشكال أو انماط أو قوالب صحفية مختلفة وتسمى أشكال الكتابة الصحفية أو الانماط أو القوالب الصحفية (٦٥ ـ ١٥٨، ١٥٩).

وانطلاقا من أن مفهوم الرسالة هى الوسيلة وانها تسبقها وان الوظيفة الصحفية للصحافة الرياضية أو الوظائف المتعددة لها هى التى تخلق الشكل الصحفى المناسب لها فلكل وظيفة اشكالها الصحفية التى تناسبها والتى تقوم الصحافة الرياضية من خلالها بأداء وظائفها المتعددة فى ظل المنافسة القوية من جانب وسائل الاتصال الاخرى كالاذاعة أو التليفزيون.

وفى ظل التطور التكنولوجى للمجتمع ككل ولوسائله الاتصالية وتغير قيم القراء واذواقهم واهتماماتهم الرياضية وظروف المجتمع الرياضية الراهنة.

وتحرير المادة الصحفية بقوالبها أو اشكالها الصحفية المختلفة لابد وان تصب فى أربع دوائر رئيسية هى:

العنوان، المقدمة، النص، الخاتمة.

ولكن داخل هذه الدوائر هناك عناصر تتفاعل وتتخلخل لاقامة بنيان الموضوع الصحفى الرياضى محل البحث وسميت هذه العناصر بالشقيقات الست وهى «ماذا، من، متى، اين، لماذا، كيف» واضافت الصحافة الحديثة الشقيقة السابعة «كم» التى تعبر عن عنصر المعلومات الذى اصبح يميز الصحافة الرياضية اليوم عن الأمس التى كانت تهتم بالحدث فقط (١٨ ـ ٨٧، ٧٨).

والأشكال الصحفية لموضوعات الصحافة الرياضية فى أى جريدة أو مجلة لاتخرج عن كونها أما خبرا أو مقالا أو تعليقا أو تقريرا أو تحليلا أو نقدا أو وصفا أو حديثا. وحتى يمكن رسم صورة كاملة عنها فانه يمكن وضع كل شكل من هذه الاشكال فى فصل مستقل من فصول هذا الكتاب لايضاح مفهومها وتعريفاتها وأنواعها واجزائها ومحاولة وضع نموذج لكل منها.

وفى هذا الفصل سيتم تناول الخبر الرياضى.

الخبر الرياضى

يعتبر الخبر هو المادة الأساسية فى أى وسيلة اعلامية وهو اساس كل مادة اعلامية بل ان أى مادة إعلامية تستمد أهميتها من الخبر.

فلا مقال ولاتقرير ولاتحقيق ولاتصريح ولا حديث بدون خبر وهناك شرطا طريفا يتداوله الصحفيون عن الخبر فقالوا:

إن كلبا يعض رجلا ليس خبر ولكن اذا عض الرجل كلبا فإنه الخبر الذى يستحق النشر.

تعريف الخبر:

لقد تناول الكثير من الكتاب والباحثين الخبر بالتعريف فقد عرفه اديب خصور (١٩٧٣) بأنه: وصف دقيق غير متحيز للحقائق حول واقعة تهم القراء.

وعرفه إبراهيم امام (١٩٧٧) بأنه: كل مايحدث وكل ما توحى به الاحداث وما يحجم عنها.

وعرفه عبدالعزيز الغنام (١٩٨٤) بأنه: حادث تهتم به الجماهير ويمتاز بالآنيه ويؤثر في الرأى العام ويثيره.

وعرفه فاروق أبو زيد بأنه (١٩٨٤): تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهى تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم فى تنمية المجتمع.

وعرفه محمود ادهم (١٩٨٤): بأن الخبر هو الخبر.

وعرفه دولاند بانه: ما يحدث من احداث وما ينجم عنها.

وهذا التعريف يختصر ويختزل كل التعريفات السابقة.

ومن خلال التعريفات السابقة للخبر يلاحظ ان جميعها اتفقت على أن الخبر لابد وأن يتضمن المصلحة العامة للجمهور أو يتضمن فكرة تمس مصالح قطاع كبير من جمهور القراء وقد أكدت هذه التعريفات أن أهم مميزات الخبر الصدق والموضوعية والآنيه فى نقل هذه الاخبار مما يساهم فى ايجاد رأى عام على درجة كبيرة من الوعى الثقافى والاجتماعى.

وفى ضوء ذلك ومن خلال التعريفات العامة للخبر فإنه يمكن وضع تعريف خاص للخبر الرياضى بأنه:

هو كل ما يتعلق بصالح الرياضة وكل ما يهم الجمهور الرياضى أو يترك اثرا فى علاقاتهم ونشاطهم وارائهم واخلاقهم وسلوكهم فى المجال الرياضى.

أو هو: معرفة ما لم تعرف من الحقائق والمعلومات الرياضية الحديثة والطارئة.

قواعد تحرير مادة الخبر الرياضى:

عند تحرير مادة الخبر الرياضى هناك مجموعة من القواعد التى يجب ان يراعيها الصحفى أو المحرر الرياضى عند كتابته لهذا الخبر والتى تتمثل فى ثلاث نقاط وهى كالتالى:

(١) العنوان. (٢) المقدمة (الاستهلال)

(٣) جسم الخبر (النص) (٦٥ ـ ١٧٣).

ويمكن تناول هذه النقاط بالشرح والتحليل وذلك كالتالى :

١- العنوان:

يحتل العنوان الترتيب الأول فى إعداد الخبر الرياضى بل وفى أى موضوع صحفى رياضى والعنوان هو مجموعة من الكلمات تصاغ فى عبارة موجزة متماسكة رصينة .

ويجب ان يتناسب العنوان مع حجم المادة التحريرية التى يرأسها ويكون شديد الصلة بمضمونها معبرا عن أهم دلالاتها ملخصا ابرز ملامحها وخصائصها .

والعنوان يمثل الواجهة الأولى للخبر التى يجب ان تكون ذات صورة طيبة جذابة وبعده عن بقية مكونات هذا الموضوع وان كان شد نظر القارئ الى العنوان ليس هدفا فى حد ذاته وانما الهدف هو اشباع فضول القارئ وتحفيزه على قراءة مادة الخبر كلها .

والعنوان اصبح لكثير من الصحف الرياضية واحدا من أهم اسس بناء شخصية الصحيفة وإعطائها ميزة التفرد على الصحف الرياضية المنافسة وبالتالى يمكن التمييز بين صحيفة وأخرى وبناء على ذلك فإن العناوين كثيرا ما تستخدم لتزيين الاخراج الصحفى للصحف الرياضية وتحليه وتجميل صفحاتها .

ولذلك لابد ان يتميز العنوان بعدة خصائص منها :

- الوضوح . - الرصانة .
- الايجاز . - التشويق .

وكلما استطاع القارئ ان يستوعب مضمون الموضوع الصحفى من عنوانه ومن القراءة الأولى له كان العنوان محققا لاهم اهدافه وكلما قرأ القارئ العنوان أكثر من مرة ليفهم مضمونه فإن العنوان يفقد أهم اهدافه .

ويرى محمود ادهم (١٩٨٥) ان العنوان عندما يحتاج الى تفسير فإنه يفقد بعض شروطه ولذلك يرى أمين ساعاتى (١٩٩٣) ان أقوى العناوين هى التى تتضمن خبرا هاما يهم قطاع كبير من الجمهور أو العناوين التى تستخدم الارقام والاسماء المثيرة .

اهداف العنوان:

يهدف العنوان إلى :

١ - جذب انتباه القارئ الى خبر رياضى ما .

٢ -اعطاء قيمة للخبر على حساب حجمه وموقعه .

٣ - التركيز على زاوية ما فى الخبر الرياضى .

٤ - تجميل الصفحة والقيام بوظيفة اخبارية .

اسس كتابة أو تحرير العنوان:

هناك مجموعة من الأسس التى يجب مراعاتها عند كتابة أو تحرير العنوان نذكر منها .

١ - الاختصار والتركيز والوضوح .

٢ - رواية الخبر بدقة وموضوعية والبعد عن الرأى والغموض .

٣ - أن يكون فى صيغة المضارع أو المستقبل وفى صيغة المبنى للمعلوم .

٤ - عدم تكرار جملة أو كلمة فى العنوان .

٥ - عدم استعمال الاختصارات للأسماء والاماكن إلا اذا كانت شائعة .

٦ - عدم استخدام الاسماء غير المعروفة فى العنوان .

٧ - عدم قطع جملة واحدة على سطرين وفى حالة كتابته على أكثر من سطر فإنه يفضل ان يكون كل سطر مستقلا عن الاخر .

٨ - تجنب استخدام عناوين النفى .

٩ - تجنب استخدام المجاز .

١٠ - أن يكون مطابقا لمضمون الخبر .

١١ - تجنب الكلمات التى تحمل أكثر من معنى .

أنواع العناوين:

تنقسم العناوين من حيث المعنى والمبنى إلى عدة أنواع هى :

(١) العنوان المختصر . (٢) العنوان الوصفى .

(٣) عنوان الجملة المكتسبة.　　(٤) عنوان التساؤل.

(٥) العنوان المؤكد.　　(٦) العنوان المقارن.

(٧) العنوان الطريف.　　(٨) العنوان البديع (٧٧ ـ ٣٠: ٣٥).

أ- العنوان المختصر:

وهو العنوان الذى يختصر المضمون الاخبارى فى أقل كلمات ممكنة وهو فى الغالب إجابة مباشرة لاداة الاستفهام «ماذا» ثم «من» وقد يضاف إليهما «أين» أو «متى» كلما اقتضت الضرورة ذلك مثال: أولمبياد افريقيا الأول يقام فى مصر.

ب- العنوان الوصفى:

يعتمد على وصف الحدث فى كلمات قوية ورصينة مع بعض التفصيلات المهمة وهذا النوع كثير الاستخدام ومنتشر فى الصحافة الرياضية.

مثال: طائرة تسقط بجميع ركابها الرياضيين ٣٠ لاعبا وطاقم الطائرة لقوا حتفهم.

جـ- عنوان الجملة المكتسبة:

وتتمثل فى هذا العنوان أقوى العبارات التى وردت على لسان المصدر المصرح بالخبر ـ ويرتبط هذا النوع من العناوين بالحدث والشخصية التى صنعت هذا الحدث.

مثال: الجوهرى أنا المسئول عن هزيمة المنتخب المصرى واعده بالتعويض.

د- عنوان التساؤل:

ويضع هذا النوع من العناوين أهم محتويات الخبر فى صيغة سؤال ومن الطبيعى أن يتولى نص الخبر الاجابة عليه ويكثر هذا النوع من العناوين على رأس الاخبار التى لاتزال فى طور التفكير والتدبير أو تلك المتصلة بالتوقعات.

مثال: هل يفوز الزمالك بالدورى هذا الموسم؟

هـ- العنوان المؤكد:

يقوم على اساس تأكيد خبر أو معلومة أو رأى أو قضية ذات حوارات أو توقعات سابقة.

مثال: تنظيم مصر لبطولة العالم الرابعة للشباب فى كرة القدم يتقرر اليوم.

و- العنوان المقارن:

وهو عنوان يعتمد فى صياغته على عنصر المقابلة أو المقارنة بين حقيقتين أو أكثر أو بين واقعين رئيسيين من وقائع الخبر.

مثال: من يفوز بكأس السوبر اليوم: الزمالك بطل ابطال الدورى أم الأهلى بطل أبطال الكأس.

ل- العنوان الطريف أو الساخر:

وهذا العنوان من العناوين يتضح من اسمه فهو طريف حينما يعبر عن الحدث الطريف. وهو ساخر حينما يعبر عن الحدث الساخر.

والصحف الرياضية كثيرا ما تفضل هذا النوع من العناوين.

مثال: كرول يقول: اعطوا البطولة للأهلى والأندية الأخرى كلها تلعب على الثانى.

ى- ا لعنوان البديع:

وهو العنوان الذى يستخدم احد أنواع المحسنات البلاغية كالسجع والجناس فى التماثل أو الطباق والمقابلة فى التضاد.

وقد وجه بعض النقد لاستخدام المحسنات البديعية فى العنوان بحجة التكلف إلا أننا نتفق مع أمين ساعاتى (١٩٩٣) فى ضرورة استخدامه ما دام العنوان تتوفر فيه خصائص العنوان كالرصانة والوضوح والايجاز والتشويق حيث ان ذلك يعلق فى ذهن القارئ لفترة طويلة.

مثال: «أحمد الكاس يحرز أول أهداف الكاس».

أو «فريق الأحلام حول جماهيره إلى أوهام».

٢- المقدمة (الاستهلال):

بعد العنوان تأتى المقدمة فى ترتيب إعداد الخبر والمقدمة هى عبارة عن جملة أو فقرة تكون مركزة ودقيقة وجذابة ومشوقة تلخص الخبر أو بعض زواياه وتقع

بين العنوان والنص الاخبارى وتكون ذات صلة وثيقة به وتفسر الأول وتقود الى الثانى فى سهولة وتدفق .

وقد تجيب على كل أو بعض الأسئلة (ماذا ـ من ـ متى ـ اين ـ لماذا ـ كيف) وتعتبر المقدمة امتدادًا للعنوان وتساعده فى شد انتباه القارئ إلى المادة التحريرية وتعين القارئ المتعجل على التقاط أهم معلومات المادة كما تساهم المقدمة الجديدة فى اثارة فضول القارئ واثارة فهمه فى متابعة الخبر وقراءته قراءة كاملة (١١٩ ـ ٣٢).

ويجب أن تكون المقدمة مشوقة وحاوية لكافة تفاصيل الموضوع أو الحدث حتى لايهمل القارئ قراءة خبر قد يكون على قدر كبير من الأهمية وتمس مصالحه بصورة مباشرة أو بمعنى آخر قد يكون هذا الخبر موجه له لان من مميزات الخبر الجيد أن يشعر القارئ أن هذا الخبر يخاطبه هو كأن يحثه على فعل شيء أو تجنب فعل آخر أو اسهامه فى اثراء ثقافته العامة والرياضية واحاطته علما بكل الأخبار والمعلومات التى قد تحدث فى المجال الرياضى .

أشكال المقدمة:

هناك عدة أشكال للمقدمات منها :

١- المقدمة الساخنة وهى التى تحشد جميع عناصر الاثارة والتشويق فى الجملة منها .

٢- مقدمة التصوير أو التعبير وهى التى تسعى إلى رسم صورة حية للشخص الرئيسى فى القصة الاخبارية .

٣- مقدمة المقارنة وهى التى يقصد من خلالها المحرر اجراء مقارنات بين الاضداد ومفارقات بين الكبير والصغير والملهاة والمأساة والماضى والحاضر .

٤- مقدمة التساؤل وتتضمن مجموعة من التساؤلات يتم الاجابة عليها فى نص الخبر أو متنه .

٥- مقدمة الاقتباس وهى التى تعتمد على اقتباس فقرة مهمة من تصريح لمصدر الخبر .

٦- مقدمة الوصف وهى التى تعنى بوصف وشرح الخبر الذى وقع فيه الحدث .

٧- مقدمة الخطاب المباشر وفيه يوجه المحرر الكلام الى القارئ مباشرة مما يشعره بالخصوصية والتجاوب.

وترى كلا من ليلى عبدالمجيد، محمود علم الدين من أنه لامانع من امكانية التجديد والابتكار امام أى محرر فى كتابة هذه المقدمة وعدم التقيد بأى من هذه الأشكال السابقة.

٣- جسم الخبر (النص)

ان جسم الخبر أو النص هو عبارة عن مجموعة من الحقائق المرتبة حسب أهميتها أو مجموعة من الوقائع المرتبة حسب خطورتها أو حسب ترتيبها الزمنى أو هو مزيج من الأحداث والوقائع.

وقد يكون جسم الخبر أيضا عبارة عن ملخص يتبعه فقرة اقتباس ثم ملخص يتبعه فقرة اقتباس وهكذا (٦٥ ـ ١٧٦).

ان صياغة أى موضوع من موضوعات الصحافة الرياضية لابد وان يعتمد اساسا على كيفية استخدام الشقيقات السبع أو ما تعارف على تسميته بعناصر الخبر أى ان أى خبر وعبر أى وسيلة يجب ان يتكون من هذه العناصر السبع.

فالقارئ يهمه ان يعرف (ماذا) عن الخبر؟، وكذلك (من) هم اشخاص الخبر؟، و(أين) حدث؟، و(لماذا)؟ و(كيف)؟ و(كم)؟.

فالمادة الصحفية يجب ان تكون اجابة واضحة للشقيقات السبع المشار إليها كما ان تقديم حدث فى الخبر على آخر لايتم ارتجالا أو عفويا ولكن هناك عوامل كثيرة تحكمه منها جدارة العنصر فى الخبر وسياسة الجريدة والسياسة الإعلامية للنادى أو الهيئة التى تصدر عنها هذه الجريدة بل والسياسة الإعلامية للدولة التى تصدر منها هذا بالاضافة إلى عوامل مادية وفنية اخرى (١٨ ـ ٨٨، ٨٩).

مدخل تحرير الخبر الرياضى:

هناك بعض المداخل لكتابة أو تحرير الخبر (٦٥ ـ ١٧٧ : ١٧٩) نذكر منها:

١- مدخل التركيز على الفرد.

٢- مدخل القصص الحوارية.

٣- مدخل ضمير المتكلم.

٤- مدخل ترتيب الاحداث حسب زمن وقوعها (الكرونولوجى).

٥- مدخل السرد.

ويمكن تناول هذه المداخل بشىء من التفصيل لايضاح مفهوم كل منها وذلك كالتالى:

١- مدخل التركيز على الفرد:

هذا المدخل يقوم على فلسفة مؤداها أن القارئ العادى فى كثير من الاحيان يعجز عن فهم بعض الاحداث الضخمة أو القضايا المعقدة ولكن هذه الاحداث أو تلك القضايا يمكن فهمها اذا تم تناولها من الجانب الشخصى أو الجانب المحسوس لكل منها فميزانية النادى أو الاتحاد مثلا بما يحويه من ارقام وبنود وأوجه صرف يمكن فهمها من خلال ربطها بميزانية الشخص أو الاسرة.

فهذا المدخل اذن يركز على الفرد أو الشخص أو الجزء المتضمن فى الحدث أو الواقعة أو القضية ويلخص تأثير الجزء على الكل ويعتمد على التشخيص.

٢- مدخل القصص الحوارية:

يعتمد هذا المدخل على سرد اقتباسات من اقوال وتصريحات الشخصيات أو المصادر المشتركة فى القصة الخبرية وهذا يتم من خلال اربع خطوات:

تبدأ بمقدمة تعتمد على ابرز ما جاء فى حديث الشخص محور الاحداث ـ ثم فقرة انتقالية ـ ثم نص القصة الاخبارية أو تفاصيلها وتعتمد على الاقتباسات واخيرا الخاتمة والخلاصة.

وحتى يكون المحرر الرياضى امينا فى الاستعانة بما يحرره من اقتباس يجب ان يكون قد قام بتسجيل الحوار الذى دار مع المصدر تسجيلا كاملا.

٣- مدخل ضمير المتكلم:

يعتمد هذا المدخل على رؤية الوقائع الاخبارية على لسان المحرر الصحفى الرياضى ومن وجهة نظره هو فهذا يخلق نوعا من الحيوية والاحساس بالمشاركة

بين المحرر والقراء ويفضل ان يكون المحرر شريكا فى الواقعة الاخبارية كأن يكون شاهدا على تطوراتها من بدايتها إلى نهايتها كمشاهدته لمباريات الكرة أو انتخابات مجالس إدارات الأندية أو الاتحادات الرياضية أو البطولات والدورات المحلية منها أو الدولية أو الاولمبية.

٤- مدخل ترتيب الاحداث حسب زمن وقوعها (الكرونولوجى):

يبدأ هذا المدخل بكتابة مقدمة أما ملخصه لاهم ما فى الحدث أو تساؤلية عن ابرز وقائع هذا الخبر أو وصفية، ثم فقرة انتقالية الى بداية التفاصيل ثم خاتمة تلخيصية وعند استخدام هذا المدخل يجب ان تراعى ان تكون طبيعية الحدث نفسه تسمح باستخدامه كأحداث الشغب التى تحدث فى بعض الملاعب وما قد يسفر عنها من سقوط الكثير من الضحايا سواء من اللاعبين أو الجمهور أو قصة اخبارية انسانية.

٥- مدخل السرد:

يعتمد هذا المدخل على أسلوب المقال الذى يسرد الوقائع والاحداث كما حدثت وبترتيب حدوثها وبدون وجود ضرورة اخبارية فى القصة بل سرد كمية من المعلومات المهمة تتساوى فى درجة أهميتها.

أنواع الخبر الرياضى:

١- خبر مفاجئ.. خبر مخطط

- **الخبر المفاجئ:** وهو الذى نفاجأ به دون أى إعداد مسبق كخبر اقالة مجلس إدارة نادى الزمالك وتعيين مجلس إدار ة جديد.

- **الخبر المخطط:** حيث يتجسد من خلال قرار اتحاد كرة القدم مثلا باعتبار الزمالك مهزوما امام الأهلى لانسحابه من المباراة التى كانت تقام بينهما فى الدورى العام.

حيث تجمع المراسلون اثناء اجتماع اتحاد الكرة وهم يتوقعون صدور قرار فى الزمالك عقب الاجتماع.

ولذلك فإن الإعلام الرياضى خطط فى وقت معين لتغطية نتائج هذا الاجتماع.

٢- خبر بسيط.. خبر مركب

- **الخبر البسيط:** وهو الخبر الموجز الذى يتكون من كلمات قليلة تفيد الاخبار بشىء دون التوغل فى تفاصيله أى دون الحاجة إلى تناول الشقيقه «كم» (١٨ ـ ٩١).

مثال: بعث الدكتور كمال درويش رئيس نادى الزمالك برقية تهنئة إلى النادى الأهلى يهنئه على فوزه ببطولتى الدورى والكأس.

تحمل هذه البرقية رغبة مجلس إدارة نادى الزمالك الجديد فى تصفية الاجواء بين الناديين عقب احداث الشغب التى وقعت فى مبارتيهما فى نهاية الدورى العام ٩٦/٩٥ والدخول فى مرحلة جديدة من مراحل الوفاق والتآخى بين الناديين الكبيران اللذان يمثلا قطبا الرياضة فى مصر.

- **الخبر المركب:** وهو الخبر الذى يتكون من مجموعة من الاخبار والاحداث تتواكب وتتلاضم فى نسق متتابع يبلور فى النهاية قصة كاملة عن الحدث وهذا النوع من الاخبار يحتاج الى جهد أكبر لانه يقوم على استخدام الشقيقات السبع مع التركيز على «كيف» و«لماذا» و«كم» (١٨ ـ ٩١).

مثال: اقيمت أمس الجمعة على استاد القاهرة فى كأس مصر المباراة النهائية بين الزمالك والأهلى وقد اسفرت نتيجتها عن فوز الزمالك بهدف مقابل لاشىء وقد سجل الهدف أحمد الكأس فى الدقيقة الأولى من المباراة وقد استحق الزمالك الفوز بالبطولة لانه أكثر استعدادا من الأهلى.

- ماذا حدث؟	اقيمت المباراة
- من فاز بالنتيجة؟	الزمالك يفوز على الأهلى.
- متى حقق الفوز؟	الجمعة الموافق... الساعة.....
- اين أقيمت المباراة؟	على استاد القاهرة.
- كيف فاز الزمالك؟	لانه أكثر استعدادا
- لماذا اقيمت المباراة؟	فى نهائى كأس مصر.

٣- اخبار محلية.. اخبار دولية:

- **الاخبار المحلية:** وهى التى تمثل الاهتمام المباشر للقارئ لأنها تحدث فى داخل موطنه أو مجتمعه الذى تصدر فيه الصحيفة كمباريات الدورى العام والكأس المحلية التى تقام داخل الوطن.

- **الأخبار الدولية:** وهى التى تتناول الاحداث والأخبار الرياضية التى تقع خارج الوطن الذى تصدر فيه الصحفية كالأخبار التى تتناول المباريات والمسابقات العالمية كالدورات الاولمبية والقارية والمتوسطية (دورة البحر المتوسط) وغيرها من البطولات والدورات فى مختلف الالعاب والانشطة الرياضية.

٤- أخبار جاهزة.. أخبار مبدعة:

- **الأخبار الجاهزة:** وهى التى يمكن للصحفى الحصول عليها دون بذل أى مجهود ويمكن أيضا لجميع الصحفيين الحصول عليها أو تلك التى تصدر عن إدارات العلاقات العامة للأندية والاتحادات الرياضية من نشرات وبيانات معينة كجداول مباريات الدورى أو الكأس واللائحة المنظمة لهما.

- **الأخبار المبدعة:** وهى تلك الاخبار التى يبذل الصحفى جهدا كبيرا فى الحصول عليها واستكمال كل جوانبها وقد لايتمكن البعض من الحصول عليها (٢٤ ـ ٥٣).

كخبر توقيع رضا عبدالعال لاعب الزمالك على عقد انتقاله للنادى الأهلى قبل انتهاء عقده مع ناديه.

٥- خبر ملون.. خبر موضوعي:

- **الأخبار الملونة:** وهى تلك الأخبار التى تتعرض للتشويه أو الكذب والافتراء أو الحذف أو الاضافة من جانب هيئة تحرير الجريدة أو المحرر (حارس لبوابه).

مثال ذلك نشر خبر عن لاعب دولى مع حذف أو أضافة كلمات أو عبارات أدلى بها هذا اللاعب أو لم يدلى بها.

- **الأخبار الموضوعية:** وهى تلك الأخبار التى تتميز بالصدق والامانة كما جاءت على لسان اصحابها دون حذف أو اضافة أو تلك التى تمثل الواقع كما هو دون كذب أو افتراء (٢٤ ـ ٥٤).

طرق صياغة الخبر الرياضي:

هناك عدة طرق ومدارس لكتابة الخبر الصحفى وسوف نأخذ منها ما يناسب الصحافة الرياضية والتى منها :

١ - طريقة الابعاد المتساوية (المستطيل الرأسى المعتدل):

ترتكز هذه الطريقة على افتراض ان الخبر المراد معالجته ذو أبعاد متساوية وأنه ليس له جانب أهم من الجانب الاخر ويعتمد هذا النوع من الصياغة على المعلومات الاخبارية وتفصيلاتها أكثر من اعتمادها على الوقائع الحديثة.

حيث يقوم المحرر بترتيب الخبر الذى حصل عليه واقعة فى اثر واقعة اخرى دون ان يرتبها حسب أهميتها أو وقت حدوثها وانما وفق نظام حصوله عليها استنادا الى الترتيب الواقعى والمنطقى لها.

وتسمى هذه الطريقة باسم المستطيل الرأسى المعتدل (١٨ ـ ٩٣) شكل رقم (١)

مقدمة
واقعة.........
اقوال........
....
معلومات.............
....
تصريحات.............
واقعة.........
اقوال.........
....
تصريحات.............

شكل رقم (١)

حيث يمكن تفريغ مادة الخبر بشكل مستطيل قائم مكون من عدة وحدات متساوية.

وهذا النوع من الصياغة يتصف بالبساطة وهو مناسب للمحررين الجدد.

٢- طريقة التوازن التحريرى:

هذه الطريقة تأخذ بها المطبوعات المحافظة التى تريد ان تؤكد حيادها واستقلالها وهذه الطريقة تضع نص الخبر على كفتى ميزان تضع فى الكفة الأولى كل ما يتجمع لها من أخبار ومعلومات من طرف ثم تضع على الكفة الثانية كل ما يتجمع لها من أخبار ومعلومات عن الطرف الثانى (١٨ ـ ٩٥): شكل (٢) يوضح ذلك.



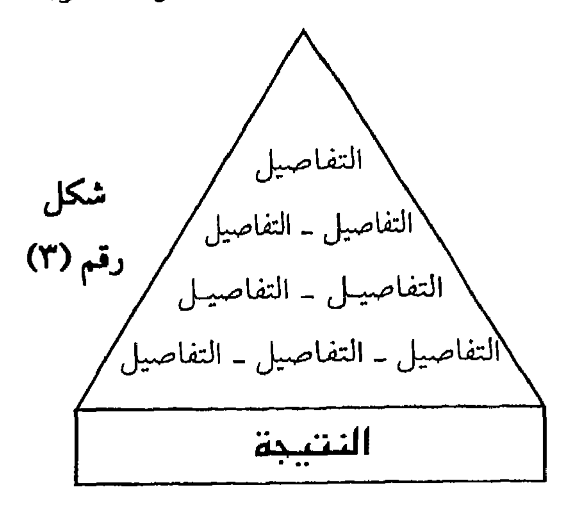
شكل رقم (٢)

وهذه الطريقة يمكن استخدامها فى تغطية جهود الوفاق بين جهتين قد تكون بين ناديين أو مسئولين أو فى حالة وجود خلافات بينهما.

كالازمة التى حدثت بين النادى الأهلى واتحاد كرة القدم والتى ادت إلى اعلان مجلس إدارة النادى الأهلى الانسحاب من بطولة الدورى العام فى بداية الموسم الرياضى ٩٧/ ١٩٩٨.

٣- طريقة الهدف المعتدل:

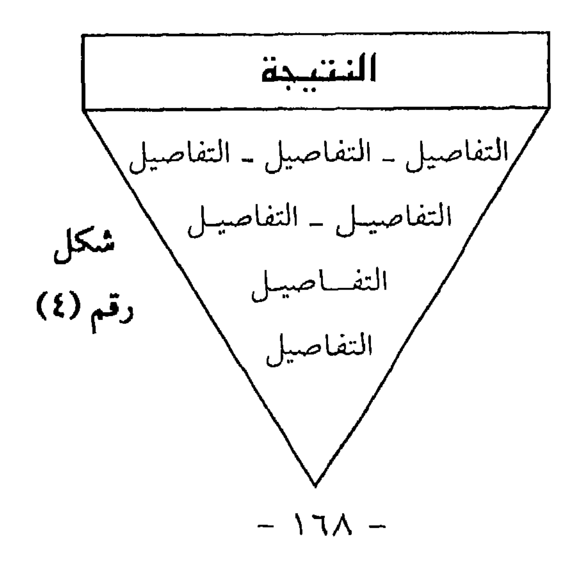
يبدأ الخبر بتفاصيل قليلة ثم تتزايد المعلومات والتفاصيل والاسماء والأرقام شيئا فشيئا كلما اتجهنا إلى أسفل أى إلى نهاية الخبر حتى يبدو فى صورته النهائية وكأنه هرم معتدل. قمته معلومة واحدة وقاعدته معلومات عريضة. شكل (٣).



شكل رقم (٣)

٤- طريقة الهرم المقلوب:

ترتكز هذه الطريقة على أن تتابع وقائع الخبر وفقا لدرجة أهميتها فالأهم أولا ثم المهم فالأقل أهمية وهكذا أى كلما اتجه القارئ إلى قمة الهرم (أسفل) كلما قلت درجة أهمية الخبر ولذلك تسمى هذه الطريقة بطريقة الهرم المقلوب. شكل (٤).



شكل رقم (٤)

وهذه الطريقة تعتبر انسب الطرق لصياغة الخبر حيث انها تعين القارئ المتعجل على الالمام بمضمون هذا الخبر كما يمكن استخدام أكثر من طريقة من هذه الطرق فى صياغة الأخبار .

مصادر الأخبار والسبق الصحفى:

المصدر هو الجهة التى يستمد منها الصحفى بعض معلوماته وبياناته وأخباره الصحفية ويتوقف تكوين هذا المصدر الصحفى الى حد كبير على شخصية الصحفى وقدراته فى بناء المصادر .

وكل خبر فى أى صحيفة يجب أن يكون له مصدر والا يفقد الخبر عنصرا من أهم عناصره وهو (من) ومصادر المحرر الرياضى هى :

اللاعبون ـ الحكام ـ الاندية ـ الاتحادات الأولمبية ـ اللجنة الأولمبية ـ المجلس الأعلى للشباب والرياضة ـ الكتب ـ المؤتمرات العلمية ـ الندوات .

ويفضل دائما أن يذكر المصدر بالاسم وإذا كان الاسم سيؤثر سلبا على العلاقة مع المصدر يفضل عدم ذكره ويمكن أن يستعاض عن عدم ذكر اسم المصدر باستخدام عبارة صرح مصدر رسمى فى اتحاد كرة القدم (١٨ ـ ٩٧ ، ٩٨) .

يجب الاهتمام بذكر المصدر فذكر المصدر يضفى على الخبر عنصر ألمصداقية والثقة بما يمكن الصحيفة من بناء جسر من الثقة بين الصحيفة والقارئ .

المتابعة الإخبارية:

الموضوعات الاخبارية الكبيرة عادة لاينتهى نشرها بنشرها بل كثيرا ما تحتاج إلى المتابعة فى اليوم التالى وما بعد ذلك وربما يمتد النشر عنها إلى بضعة أيام أو شهور أو أكثر ومعنى هذا أن المتابعة هى البحث عما اذا كان هناك جديد يضاف إلى ما نشر عن نبأ صحفى ورغم أهمية المتابعة إلا ان الصحافة الرياضية قد تقصر فى متابعة أهم الأحداث (١٨ ـ ١٠٣) .

مثال ذلك: احداث العنف التى حدثت فى مباراة كرة القدم بين فريقى الزمالك والأهلى فى الموسم الرياضى ٩٥ ـ ١٩٩٦ والتى ادت الى انسحاب نادى

الزمالك من المباراة ومن الدورى العام وتبعه حل مجلس إدارة نادى الزمالك واتحاد الكرة.

هذا الخبر نشر فى حيز لايتناسب مع أهمية الموضوع فهذا الخبر ليس خبرا عاديا فهو ملىء بكم هائل من الاحداث والانباء فلم تهتم الصحافة الرياضية بردود الأفعال وتقدير حجم الضرر على الحركة الرياضية فى مصر باعتبار ان نادى الزمالك قلعة من قلاع الرياضة فى مصر وقيس على ذلك الكثير من الاخبار والاحداث الرياضية التى تمر من بين اصابع إعلامنا الرياضى دون ان يتحرك للامساك بهذه الاحداث ومتابعتها وتحليلها والتى عادة ما تكون مليئة بالدروس والعبر التى يجب الاستفادة منها للنهوض بالحركة الرياضية فى مصر والعالم العربى.

خطوات تحرير الخبر الرياضى:

١- تحديد فكرة الخبر المتوقع أما المفاجئ فلا يستعد له.

٢- جمع البيانات من المصادر المختلفة المكتوبة.

٣- التقاط الصور الفوتوغرافية المناسبة والتى تدعم الخبر بواسطة المحرر الرياضى أو المصور.

٤- مراجعة المادة التى تم جمعها واستكمالها من المصادر المختلفة.

٥- تجهيز الصور والرسوم المناسبة من قسم المعلومات وكذلك اضافة المعلومات المناسبة كخلفيات.

٦- البناء الفنى للنص الصحفى الإخبارى.

٧- الصياغة الصحفية.

٨- المراجعة وإعادة الصياغة.

٩- العرض على رئيس القسم الرياضى أو المحرر المسئول.

١٠- التقييم وتحديد أولوية النشر.

الفصل الثانى عشر

المقال الصحفى الرياضى

- مفهوم المقال الصحفى
- تعريف المقال الصحفى
- ماهية المقال الصحفى
- اجزاء المقال الصحفى
- انواع المقال الصحفى
  - المقال الافتتاحى
  - مقال العمود
  - مقال العبارات المجنحة
  - المقال الفقير
  - المقال القضية
  - المقال العلمى الرياضى



الفصل الثانى عشر
المقال الصحفى الرياضى

مفهوم المقال الرياضى:

يعد المقال الصحفى هو أحد ثمار التقدم الحضارى فهو كغيره من فنون التحرير الصحفى الرياضى يحتاج إلى المناخ المناسب لكى يحقق النجاح المنشود وهذا المناخ هو الذى يتميز بوجود رأى عام حر يستطيع من خلاله ان ينقل الكاتب الصحفى الرياضى مختلف الاراء والاتجاهات الرياضية الى الجمهور مما يتيح فرصة التفاعل بين القارئ والكاتب.

فيساعد ذلك على زيادة اهتمام الجمهور بالرياضة وتعدد الميول والاتجاهات نحوها وبالتالى يصبح المقال الصحفى الرياضى احد أدوات الصحافة الرياضية فى توعية وتثقيف الجمهور رياضيا.

وقد ظهر المقال الصحفى بصفة عامة فى أوروبا على يد الكاتب الفرنسى مونتانى Montaigne عام ١٥٢٣ ويعتبر مونتانى أول من قام بالكتابة الذاتية أو الشخصية ثم تتبعه على نفس النهج الكاتب الانجليزى بيكون Bacon عام ١٩٣٦ .

اما فى مصر فقد ظهر هذا الفن الصحفى على يد رفاعة الطهطاوى وذلك فى عام ١٨٠١ بعد عودته من فرنسا حيث شاهد ثورة الشعب الفرنسى فى ذلك الوقت فأصبح كارها للحكم الاستبدادى فى مصر فعمل على انشاء فن المقال الصحفى من خلال جريدة «الوقائع المصرية» ومجلة «روضة المدارس» عمل من خلاله على ايقاظ الحس الوطنى لدى الشعب المصرى من واجهة الاحتلال البريطانى فأصبح زعيما شعبيا (٣ ـ ١٧٣).

وشهد فن المقال بعد ذلك تطورا هائلا فى مطلع هذا القرن وكان المقال هو أحد الأدوات لجذب أكبر عدد من القراء من خلال استقطاب أكبر عدد من الكتاب المشهورين وبرز فى هذه الفترة من الكتاب مصطفى كامل والمنفلوطى وأمين الرافعى ولطفى السيد وإبراهيم عبدالقادر والمازنى ومحمد حسنين هيكل وطه حسين وعباس محمود العقاد وسلامة موسى وتوفيق دياب وملك حفنى ونبوية موسى وغيرهم من الكتاب الذين يعدون أشهر قادة للرأى فى المجتمع المصرى.

واصبحت الصحافة المصرية صحافة مقال خاصة بعد ثورة ١٩١٩ لاتساع نطاقه، وذلك من خلال استخدامه فى توجيه الرأى العام المصرى أثناء الثورة كوسيلة للتعبير عن مطالب الشعب وواكب ذلك وجود بعض الخلافات الحزبية وقيام الحياة البرلمانية مما كان له الاثر الأكبر فى ازدياد استخدام المقال كوسيلة فى اقناع الرأى العام ومحاولة كل فريق سياسى أو حزبى إلى كسب الجماهير الى صفه.

وكان المقال هو أول شىء يطالع القارئ فيشغل فى العادة ثلاثة أعمدة فى الصفحة الأولى وكان يسمى المقال الافتتاحى.

وظل الوضع كذلك حتى مطلع الاربعينيات فمنذ ذلك الوقت تضاءل المقال فى حجمه وتخلى عن مكانه فى الصفحة الأولى.

تعريف المقال الصحفى:

عرفه: عبد اللطيف حمزة نقلا عن «فريزربوند» (١٩٦٥) بأنه مادة إعلامية وثيقة الارتباط بالزمن الذى تصدر فيه.

ويعرفه عبداللطيف حمزة نقلا عن معجم لاروس (١٩٦٥) بأنه: تلك الكتابات التى لايدعى أصحابها التعمق فى بحثها أو الاحاطة التامة فى معالجتها.

وعرفه: «عبدالعزيز شرف» (١٩٨٦) بأنه الانشاء متوسط الطول يكتب نثرا عادة ويعالج موضوعا بعينه بطريقة بسيطة موجزة على أن يلتزم الكاتب حدود هذا الموضوع ويكتب عنه من وجهة نظره هو.

وعرفه فاروق أبو زيد (١٩٩٠) بأنه: الإدارة الصحفية التى تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة وعن آراء بعض كتابها فى الأحداث اليومية الجارية وفى القضايا التى تشغل الرأى العام المحلى أو الدولى.

ويرى إبراهيم امام (١٩٩١) ان كلمة مقاله ذاتها تعنى محاولة أو خبرة أو تطبيقا مبدئيا أو تجربة أولية أو هو محاولة لاختيار فكرة من الافكار أو لتبرير رأى من الآراء أو لتأمل اتجاه من الاتجاهات النفسية والتعبير عنها بأسلوب سلس جذاب.

وفى ضوء التعريفات السابقة فإنه يمكن تعريف المقال الصحفى الرياضى بأنه:

أحد فنون الصحافة الرياضية التى تعبر من خلاله وبشكل مباشر عن السياسة الصحفية الرياضية لها والتى تعكس آراء بعض كتابها فى الأحداث الرياضية المعاصرة أو الجارية والقضايا الرياضية التى تشغل الرأى العام فى المجتمع الرياضى سواء كانت محلية أو دولية.

وكاتب المقال يجب الا يفتعل الاقوال لمجرد المقال ويجب أن يكون المقال الرياضى صدى لمعايشة الحياة الرياضية الجارية من اطار من التقسيم المنظم من خلال معايشة الجمهور والتقاط بعض الامور التى تشغلهم وتحرك تفكيرهم ثم اختيار اسلوب الحوار المرتب الذى يعتمد على تقريب المنطق ولايعتمد على الاغتراب والترغيب.

وهناك صلة وثيقة بين المقال وبين الخبر فهما رفيقان يظهران جنبا الى جنب. فالقارئ للصحافة الرياضية كثيرا ما يحار امام بعض الاخبار الرياضية فهو عندما يقرأ الخبر ولكن لايعرف فى بعض الاحيان الى أى اتجاه يسلم.

فالقارئ فى هذا الوقت فى حاجة الى ان يستمع رأى متخصص فى هذا الحدث فالخبر فى حد ذاته لم يكن الا حدثا وقع فى مكان وزمان معينين.

أما المقال وظيفته شرح وتحليل الخبر ثم يأخذ القارئ بما أوتى من موضوعية الى الاتجاه الصحيح الذى قد يؤيده ويميل اليه.

فالمقال الرياضى يعد بمثابة الاداة التى تعكس الرأى العام فى المجتمع الرياضى فمن خلاله يستطيع القارئ للصحافة الرياضية ان يتعرف على الرأى العام بهذا المجتمع فيما ينشر من موضوعات وقضايا رياضية وبالتالى يمكنه من خلق فكر رياضى يتناسب مع هذا الرأى وثم العمل على مسايرته فى الاتجاه الصحيح (٥٦ ـ ١٧٩).

وكثيرا ما يكون المقال الصحفى الرياضى فى صميم الحياة الرياضية الواقعية أو تعليقا على ما تم من احداث جارية فى المجتمع الرياضى أو يقوم الكاتب الصحفى الرياضى بطرح فكرة جديدة أو تصوير أو رؤية خاصة قد تشكل فى حد ذاتها قضية تشغل الرأى العام فى المجتمع الرياضى وخاصة اذا كانت تمس مصالح قطاع كبير الجمهور أو تثير اهتمامهم وحتى يمكن للكاتب الصحفى الرياضى من تحقيق ذلك كان لزاما عليه القيام بعمل دراسة دقيقة لطبيعة القارئ ورغباته واهتماماته ومن ثم العمل على اشباعها.

ماهية المقال الصحفى:

يعتبر المقال هو أولى الاشكال الصحفية التى تعبر فيها الجريدة عن رأيها ولذلك ينشر فى الصفحة الأولى ولذا يطلق عليه افتتاحية الصحيفة وللمقال قيمة كبيرة سواء للصحيفة ذاتها أو للقارئ فمن خلاله تعبر الصحيفة عن ارائها وسياستها فى جميع الشئون العامة للدولة سواء كانت اجتماعية أو رياضية أو سياسية أو اقتصادية أو غيرها..

كما أن للمقال أهميته للقارئ العادى فمن خلاله يستطيع أن يتعرف على أمور واسرار يصعب عليه معرفتها لعدم مقدرته على الالمام بكل الاحداث الجارية والمحيطة فى حياته اليومية فيقوم كاتب المقال بنقلها إليه دون عناء أو مشقة (٣ ـ ١٨٥).

والجانب الأكبر من المقالات الصحفية يعبر عن سياسة الصحيفة كما هو الشأن فى المقال الافتتاحى أو يعبر عن اراء كبار كتابها كما هو الحال فى العمود

الصحفى أو المقال التحليلى وهناك نوع آخر من المقالات الصحفية التى يعبر فيها بعض المفكرين والكتاب ممن لايعملون فى الصحيفة عن اتجاهاتهم وآرائهم ولايشترط ان يكتب هؤلاء بما يؤيد سياسة الصحيفة بل كثيرا ما تنشر الصحف لهم مقالات تخالف سياستها وذلك عملا بحرية الرأى وخاصة فى المجتمعات الديمقراطية (٤٤ ـ ١٧٩).

اجزاء المقال:

ينقسم المقال إلى ثلاثة اقسام (٢ ـ ٢٩٧) هى:

١ـ **المقدمة:** وهى عبارات كثيرا ما تحتوى على لب المقال والغرض الاساسى منه.

٢ـ **النص:** وهو تحليل واسع للمقدمة.

٣ـ **الخاتمة:** وهى تلخيص للمقال وتركيز على النتائج.

فمن الشروط الهامة واللازمة للمقال الصحفى تحديد اجزاء المقال حتى تتسلسل الافكار فى ترتيب منظم من خلال قالب يحتوى التناول ويسهل مهمة الكاتب فى طرح افكاره كما تساعد القارئ على متابعة وفهم هذا الطرح.

أنواع المقال:

١ـ المقال الافتتاحى:

وهو مقال الرأى الذى تنشره الجريدة فى صفحة الرأى واحيانا فى الصفحة الأولى عندما يتعلق بقضية رياضية هامة وحالية تعبر الجريدة من خلاله عن رأيها وموقفها تجاه هذه القضايا والذى اقره رئيس التحرير أو الناشر لهذه الجريدة.

حيث ان رئيس التحرير أو الناشر هو ضابط الايقاع فى الجريدة وكلامه يعبر عن خطها الاساسى الذى هو فى حقيقة الامر خط الدولة الرئيسى.

ويهدف المقال الافتتاحى إلى التعليق على مادة نشرتها أو تنشرها الجريدة أو موقف أو حدث رياضى أو قضية رياضية مثارة ويعبر المقال عن لسان حال الجريدة تجاه ذلك وترجع أهمية المقال الافتتاحى الى أنه يعكس موقف الجريدة وتوجهها التحريرى وانحيازها الايجابى أو السلبى لاهتمامات القراء.

ويقوم بكتابة المقالات الافتتاحية رئيس التحرير أو الناشر أو يوحى بفكرتها الى محرر يقوم بكتابتها .

وهناك تيار حديث اليوم يحاول ان يطور من خلال نظام مجلس الافتتاحيات مقالات افتتاحية أكثر مغزى وفعالية ويضم هذا المجلس ممثلين لجهاز التحرير والناشر ان وجد أو ممثله ورئيس التحرير ومحرر صفحة الرأى ومحرر أو أكثر يمثلون وجهات نظر متباينة .

هذا المجلس يعمل كمجلس فكر تنبع من مناقشاته ومداولاته افتتاحيات الجريدة ويتم فيه اتخاذ القرارات التى تحدد سياسات التحرير والمقالات الافتتاحية المعبرة عنها واحيانا يلجأون الى التصويت لحسم الخلافات التى قد تنشأ بينهم حول قرار يتعلق بموضوع أو صياغة افتتاحية معينة وبعد ان يتم اقرار موضوع الافتتاحية يعهد بكتابتها الى أحد أعضاء هذا المجلس ويتم هذا دوريا وبعد ان يكتب عضو مجلس الافتتاحية المسودة الأولى للافتتاحية يكون لكل الأعضاء فرصة قراءتها والتعليق عليها ويتم بعد ذلك كتابة النص النهائى (٦٥ ـ ٢١٣ : ٢١٥) .

ويعد هذا الاسلوب من أفضل الأساليب فى كتابة المقالات الصحفية لتحررة من هيمنة فكر بعض الافراد الذى قد يتمثل فى رئيس التحرير أو الناشر خاصة إن كانت اراءه متطرفة فهذا الاسلوب يتيح الفرصة لتبادل الرأى والمشورة وبالتالى فهو أكثر موضوعية فى تناوله للمواقف والاحداث والقضايا الرياضية المعاصرة .

٢ ـ مقال العمود:

يعرفه عبداللطيف حمزة (١٩٦٥) بأنه: المادة الصحفية التى تقسم دائما بطابع صاحبها أو محررها فى أسلوب التفكير واسلوب التعبير ولاتتجاوز مساحتها عمودا صحفيا على أكثر تقدير وتنشر بانتظام (يومى ـ اسبوعى) تحت عنوان ثابت وتوقيع ثابت هو توقيع محرره .

وغالبا ما يكون موضوع العمود مرتبط بشخصية الكاتب واحساسه وأفكاره وتأملاته ومعظم الأعمدة الصحفية عبارة عن حوار شخصى بين كاتب وقرائه

يعبر من خلاله عن مكونات نفسه وذاته ويبدو صريحا واقعيا ذاتيا يروى ذكرياته وخبراته وتجاربه التى خاضها فى المجال الرياضى.

ويعرف فاروق أبو زيد (١٩٩٠) مقال العمود فى الصحافة الرياضية بأنه: فن يقوم على تسجيل الانطباعات الشخصية الذاتية لبعض كتاب الرياضة فى مختلف الشئون الرياضية.

والصحافة الاوروبية تطلق عليه عمود الثرثرة حيث يتحدث الكاتب الى القراء كما ولو كانوا اصدقاء يتجاذبون اطرافه ولذلك فإن لهذه الأعمدة شعبية كبيرة لدى قراء الصحافة الرياضية وغالبا ما يجنح هذا العمود الى طابع السخرية اللاذعة من الاندية ومن اللاعبين وكثيرا ما يتضمن جانبا من الذكريات الرياضية للكاتب. وقد يدور العمود الرياضى حول موضوع واحد وقد يتضمن أكثر من موضوع رغم مساحته المحدودة فهو عندئذ اقرب الى الانطباعات الخاطفة أو التعليقات السريعة.

ومقال العمود الرياضى يقوم على اساس وجود علاقة حميمة بين الكاتب وقرائه لذلك قد يتضمن العمود ردا على بعض رسائل القراء وقد ينشر جانبا من هذه الرسائل ولذلك فالصحيفة الرياضية تعطى كتاب العمود الرياضى حرية أكثر من التى تعطيها للمحرر الرياضى فهى ان كانت تلزم المحرر الرياضى الالتزام بالسياسة التحريرية للصحيفة فإنها فى المقابل لاتلزم كاتب العمود بالالتزام الدقيق بهذه السياسة وان كانت لاتسمح له بمعارضتها.

والبناء الفنى لمقال العمود الرياضى يقوم على قالب الهرم المعتدل وذلك فى حالة تناوله لموضوع واحد أما اذا كان عبارة عن مجموعة من الفقرات يسجل الكاتب فى كل منها انطباعاته عن موضوع مختلف فلا يلزم العمود بهذا القالب.

أما فى حالة ما اذا كان العمود يدور حول موضوع واحد فمن الضرورى أن يتضمن مقال العمود ثلاثة اجزاء هى المقدمة، الجسم، الخاتمة.

والشكل التالى يوضح البناء الفنى لمقال العمود الرياضى فى قالب هرمى معتدل (٥٧ ـ ٩٤).

أولا :
المقدمة :
١ـ فكرة جديدة
٢ـ زاوية مبتكرة تهم القارئ

ثانيا : الجسم : قد يكون :
١ـ شرح الفكرة .
٢ـ انطباعات الكاتب عن الحدث
٣ـ بعض ذكريات الكاتب المرتبطة بالحديث الرياضى
٤ـ الاشارة إلى خطاب من قارئ
٥ـ تعليق على رأى منشور أو مذاع

ثالثا : الخاتمة : قد يكون :
١ـ جملة مؤثرة
٢ـ لفتة ساخرة
٣ـ نقد لاذع
٤ـ دعوة القارئ للاهتمام بمسألة معينة
٥ـ نصيحة للاعب أو نادى
٦ـ انطباع اخير

شكل (٨)

البناء الفنى لمقال العمود الرياضى فى قالب هرمى معتدل

أنواع مقال العمود الصحفى الرياضى:

يقسم بروس جارسون، مارك سبل جاك Garrison Bruce & Sabl Jalk Mark مقال العمود الصحفى فى الصحافة الرياضية إلى :

أـ عمود واحداث جارية : يتناول ويركز على الاحداث والمسابقات الرياضية التى تتم فى الحياة اليومية العادية أو يعلق على بعض الاخبار الرياضية .

ب ـ العمود الفكاهى: يعتبر من أكثر الأعمدة المقرؤة متعة وتسلية وهو عامود صعب فى كتابته وقليل من الكتاب يستطيعون كتابته لانه يتطلب قدر عال من الفكاهة مع المادة الحقيقية.

جـ ـ الأعمدة ذات البنود والحكايات النادرة: كتاب هذا العمود يلجأون الى تجميع الاخبار الكثيرة والتى ينتج عنها قائمة طويلة من المختصرات أو البنود تتضمن تلك الأعمدة ثلاث أو أربع موضوعات تحتوى كل منها ثلاث إلى خمس فقرات.

د ـ الأعمدة المتخصصة أو الموضوعية: وتعتبر من أكثر أنواع الأعمدة شيوعا وهى أعمدة منتظمة فى صدورها وغالبا ما تتضمن هذه الأعمدة تقديم لمباراة أو تعليق على مباراة أو معلومة من المعلومات التى تهم جمهور القراء (١٠ ـ ٩٦، ٩٧).

٣ـ مقال العبارات المجنحة:

يعتبر مقال العبارات المجنحة أصعب المقالات كتابة لأنه مقال يتميز بالذاتية العميقة أو نحت فى أعماق صاحبه وتبدو عباراته رصينة وسريعة وعاجلة ويحمل طابع الحدة ويكاد يقترب اسلوبه ومعالجته من الصورة والكاريكاتير وتقول كلماته المجنحة ما يقوله غيره فى صفحات طويلة.

لذلك فإن العبارات المجنحة يشبه الى حد بعيد النثر الشعرى وغالبا ما تنشر هذه المقالات فى نهاية المقال الرئيسى أو فى ذيل مقال العمود القصير ولذلك كثيرا ما يكون مقال العبارات المجنحة عبارة عن وخزة أو لسعة لاذعة من كاتب له باع صحفى كبير (١٨ ـ ١١٢).

مثال: فى صمت تام انهى الأهلى تعاقده مع لاعبيه وفى صمت تام سيواصل الأهلى حصد البطولات كم هو رائع هذا الصمت يا أهلى.

٤ـ المقال القصير:

ان مقالات الكاتب فى هذا النوع من المقال هى ردود افعاله لاحداث اليوم والساعة. فذاتية الكاتب اذن هى محرك هذا النوع من المقال.

فإذا روى خبرا فنتوقع ان يكون الخبر مرويا من خلال ردود افعاله. واذا ذكر نادرة أو فكرة أو انشأ عبارة لامعة فنحن نتوقع ان يكون انشاؤها جزء من ردود افعاله.

وفى الصحافة العصرية اعتاد بعض الصحفيين الرياضيين ان ينشروا عدة مقالات قصيرة تحت اسم المقال الاسبوعى أو اللقاء الاسبوعى والبعض الاخر يختم هذه المجموعة من المقالات بمقال العبارات المجنحة.

وكثيرا ما تكون افتتاحية الصفحات الرياضية هى نوع من المقال القصير الذى كثيرا ما ينشر فى عمود.

٥ـ المقال القضية:

كثير من المقالات هى خواطر أو انتقادات خاطفة بلا قضية فمثل هذه المقالات لا تلبث ان تتلاشى دون أن تترك أثرا فى الوسط الرياضى وهذا النوع نجده كثيرا فى المقال أو مقال العبارات المجنحة.

أما المقالات التى تناقش قضية من القضايا ويدور حولها الكثير من الجدل قد تستمر أياما بل سنوات وسنوات فالمقال القضية يقوم على اساس التفاعل بين الكاتب وبين الاحداث الجارية أو الحية.

تلك الاحداث التى تنبض بها الحياة الرياضية والتى تحمل هموم واوجاع المجتمع الرياضى. ولذلك فإن المقال الذى يناقش قضية رياضية حية هو المقال المفعم بالحوارات والذى يدخل دائرة الابداع ويعيش فى اذهان الاجيال ويحرك عجلة التاريخ الى الافضل.

أما المقال الذى يناقش موضوعا وقتيا عابرا فإنه ينتهى ويتلاشى فى خضم الاحداث الهامة.

ولذا فإن المقال القضية لابد ان يخطط له حتى يستطيع الكاتب ان يغطى كافة ارجاء القضية التى يبحثها.

المقال القضية يجب الا يكتب من فراغ بل يجب ان يوضع له اطار عام يدور

فى فلكه . وتظهر أهمية الاطار كلما كان المقال يعالج قضية خصبة وتقل أهمية الاطار وتضمحل كلما كان المقال يعالج قضية ضيقة كما فى المقال القصير ويختفى تماما فى مقال العبارات المجنحة (١٨ ـ ١١٤ ، ١١٥) .

واذا كان فى المقال القضية سمات علمية فإن السمة العلمية تكتمل فى المقال العلمى .

٦ـالمقال العلمى الرياضى:

ان الصحافة العصرية لم تعد مجرد إعلام واخبار فقط بل اصبحت صحافة معلومات أى أن المعلومات غدت عنصرا اساسيا فى صحافة اليوم .

وفى الآونة الاخيرة برز عدد كبير من الصحفيين الذين يحاولون تضييق الفجوة بين البحث وبين المقال حتى اصبحت بعض المقالات تتميز بمعلوماتها الزاخرة أكثر مما تتميز بأخبارها المجلجلة بل اعتادت الكثير من الصحف على استقطاب كتاب المقالات العلمية كنوع من أنواع الخبطات الصحفية أو السبق الصحفى التى تحققها الصحافة فى بعض الاخبار .

ويري الباحث انه يجب الاستعانة بالاساتذة من كليات التربية الرياضية للكتابة فى مثل هذه المقالات العلمية فى الصحافة الرياضية ويمكن ان تكون هذه المقالات فى صورة سلسلة هذا من شأنه يساهم فى زيادة الوعى الرياضى والثقافة الرياضية لدى القراء .

وتيسر لغير القادرين منهم فى الحصول على احدث المعلومات العلمية فى مجال الرياضة دون الحاجة الى شراء بعض الكتب التى قد تتميز بارتفاع اسعارها بالقياس الى سعر الصحيفة .

والصحافة العصرية تفتقر الى هذه المقالات لعدم توافر الصحفى الباحث هذا بالاضافة الى عدم الاستعانة بالاساتذة المتخصصين فى المجال الرياضى .

كما ان الالمام بخطوات المقال العلمى يعتبر ضرورة ملحة لتحقيق مزيد من انتشار هذا النوع من المقالات العلمية والتى يمكن ان نوجزها فى ثلاث مراحل .

المراحل التى يمر بها المقال العلمى (١٨ ـ ١١٧):

أ- جمع المعلومات عن طريق المقابلات الشخصية أو الكتب، أو الدوريات، أو المؤتمرات، أو الابحاث، أو الندوات.

ب- تحليل المعلومات ودراستها بهدف استنتاج قواعد وقوانين معينة.

جـ- استخراج النتائج والقواعد والقوانين المشتركة.

الفصل الثالث عشر

التعليق الرياضي

- تعريف التعليق الرياضى
- اجزاء التعليق الرياضى
- نموذج التعليق الرياضى



الفصل الثالث عشر

التعليق الرياضى

يعتبر التعليق من أهم الفنون الصحفية التى يتطلع إليها القارئ فالقارئ الذى قد شاهد المباراة فى التليفزيون بالأمس وعرف نتيجة المباراة وانفعل معها وحدد موقفه لكنه عندما يعود فى اليوم التالى يريد ان يعرف ماهو تعليق الصحيفة المتخصصة؟ كيف كانت ترى المباراة؟

وماهو رأيها فى الحكم؟ وهل كان على حق عندما اعتبر الهدف الذى احرزه احد الفريقين تسلل أم لا؟

وهل كان على حق عندما احتسب لاحد الفريقين ضربة جزاء أم لا؟ وهكذا. . انه يريد من الصحيفة الرياضية أن تشاركه رأيه أو تبدى رأيها فى المباراة. كذلك يتطلع القارئ أن يقف على رأى اللاعبين والمعلقين. أن عنصر المشاركة الرياضية أمر هام لأنها جماهيرية (١٨ ـ ١٣٠).

ولذا يعتبر التعليق الرياضى من أهم موضوعات الصحافة الرياضية وبالتالى فلابد من التعرف على ماهية التعليق الرياضى واصوله وقواعده وكيف يكتب؟ وماهى عناصره؟ وماهى أهم الأدوات التى يجب ان تتوفر فيه؟ وما هى مكوناته؟ حتى يمكن من الاسهام فى وضع لبنة مهمة فى بناء قواعد وأصول التعليق الرياضى بما يساهم فى نجاح المنافسات الرياضية فى كل ميادينها.

تعريف التعليق الرياضى:

لقد عرفه البعض بأنه: الصدق والامانة والموضوعية

وهذا التعريف يتحدث عن الجانب الاخلاقى للتعليق. وقد عرفه أمين ساعاتى

(١٩٩٣) بأنه: الدراسة الواعية لكل المؤثرات التى تحيط بالمباراة والتى تتضمن بالضرورة تحليل ادوار كل من يسهم فى صناعة المباراة واخراجها من إداريين وجمهور وارض وتحكيم وإعلام.

ويعد هذا التعريف أفضل التعريفات لانه يتعرض للجانب العلمى والمهنى فى مجال الصحافة وحتى يمكن فهم ماهية التعليق الرياضى وطرق كتابته بما يسهل ممارسة كتابة هذا التعليق فإنه يمكن وضع نموذج لهذا التعليق كما بينه أمين ساعاتى (١٩٩٣) وذلك كالتالى:

نموذج التعليق الرياضى:

المباراة تبدأ بالإدارى وتنتهى بالتحكيم أى تنتهى بصفارة الحكم اللاعبين يهيئون نفسيا من أجل استلهام طرق وخطط اللعب والمدربون يصممون استراتيجيات اللعب ويوظفون هذه الاستراتيجيات على قدرات اللاعبين وليس العكس.

والجمهور يساند أو يؤيد الاجراءات الصحيحة ويشجب الاجراءات الملتوية والتحكيم يخرج المباراة فى أزهى صورها أو العكس.

ولترجمة هذا الكلام الى تعليق رياضى متكامل فإنه يمكن بناء نموذجا تتفاعل فى داخله معطيات التعليق الرياضى.

ومن خلال ماسبق يمكن ان نستنتج ست محاور هى: الاداريون، المدربون، الجمهور، الملعب، التحكيم، الإعلاميون هذا بالاضافة إلى ثلاثة عناصرهى:

استراتيجيات اللعب، مواهب اللاعبين، المساواة.

إن دراسة المحاور الستة التى تتقاطع مع العناصر الثلاثة تعطينا صورة واضحة عن التطورات والفعاليات التى وقعت فى المباراة.

وبقدر ما يكون المعلق قادرا على استخدام هذه المحاور وتلك العناصر بقدر ما يكون تعليقه جيدا.

وتدور أحداث أى مباراة فى فلك هذه المحاور وتلك العناصر بحيث تشكل فى مجموعها احداث المباراة منذ الإعداد لها حتى انتهاء وقتها الرسمى.

وحتى نحصل على تعليق جيد من خلال هذا النموذج المقترح شكل (٥) فإننا نفرغ المحاور الستة:

الإداريون، المدربون، الجمهور، الملعب، التحكيم، الإعلاميين فى جدول عامودى (رأسى) كما نفرغ العناصر الثلاثة:

استراتيجيات اللعب، مواهب اللاعبين، المساواة فى جدول (أفقى) بحيث يتقاطع كل محور من المحاور الستة مع كل عنصر من العناصر الثلاثة عندئذ يغطى التعليق الرياضى كل الجوانب المحيطة بالمباراة.

المحاور	العناصر		
	استراتيجيات اللعب (الطريقة - الخطة - الاسلوب)	المواهب الذاتية للاعبين	المساواة
الإداريون	- يهيئون اللاعبون نفسيا من أجل استلهام طرق وخطط اللعب. - يتعاقدون مع طاقم تدريب جيد لاختيار الطرق والخطط الانسب - يساعدون جهاز التدريب في أحكام الرقابة على اللاعبين حتى يكونوا أهلا لتطبيق استراتيجيات اللعب بكفاءة	- يشجعون المواهب بتأييد اشتراكهم في المباريات. - يهتمون بالمواهب ويعملون على صقلها وزيادة اعدادها	- يساوون بين جميع اللاعبين في الحقوق والواجبات. - يهتمون بمشاكل اللاعبين الشخصية والعامة على قدم المساواة.
المدربون	- يصممون استراتيجيات اللعب	- يوظفون استراتيجيات اللعب على مواهب اللاعبين وليس العكس	- يساوون بين كافة اللاعبين في تكافؤ الفرص بالاعتماد على مواهب اللاعبين والقدرات الذاتية وليس على العلاقات الشخصية
الجمهور	-يؤثر في تصميم المدرب الاستراتيجيات اللعب وتنفيذ اللاعبين لها عبر الانتقادات التي يوجهها لكليهما أو عبر التأييد الذي يقدمه لكليهما.	- يطالب باشتراك المواهب ويدافع عنهم ويحميهم من قرارات الإدارة أو المدرب التعسفية	- يشجع جميع اللاعبين دون استثناء
الملعب	- تساعد امكانيات الملعب الفنية من ارض وتخطيط على تنفيذ وتطبيق استراتيجيات اللعب - يساعد الجو العام للملعب من حيث الرهبة أو من حيث التصميم العام. فالملعب الكبير يؤثر في اداء اللاعبين بشكل يختلف عن الملعب الصغير	- مواهب اللاعبين تبرع أكثر من الملاعب المزروعة والمنشأت الزاخرة	- يعطى الفرص المتساوية في اللعب على ملعب الفريق وملعب الفريق المناسب على حد سواء - حق اللعب في ارض محايدة
التحكيم	- يساعد على نجاح تنفيذ استراتيجية اللعب أو العكس	- يسهم التحكيم في تثبيط المواهب أو تقدمها	- يوزع الجزاءات على اللاعبين في الملعب دون مراعاة اللاعب الكبير على حساب اللاعب الصغير
	- يساهمون بخبراتهم الفنية في تثبيت أو تغيير استراتيجيات اللعب	- يطالبون بتواجد اللاعب الكفء واستبعاد غير الكفء	- يقيمون ويحللون اللاعبين دون تحامل أو تواطؤ

ـ لقد راعى هذا النموذج كافة الاعتبارات كظروف الوقت وظروف الجريدة اليومية وظروف عامة الناس وليس ظروف قلة مثقفة واحدة فليس من الضرورى أن يعطى المعلق كل فقرة فى هذا النموذج تغطية شاملة فلكل مباراة ظروفها وملابساتها (١٨ ـ ١٣٢).

فمثلا من الأمور التى قد يصعب علاجها فى التعليقات الرياضية العلاقة بين الإدارة والمدرب أو بين الإدارة واللاعب. ففى حالات كثيرة تحتاج الى اضافة واسعة لتجسيد علاقة الإدارة والمدرب فى المباراة وأحيانا تكفى إشارة لاتتجاوز السطرين وفى احيان اخرى لاتحتاج حتى لمجرد سطر واحد فقط حيث يكتفى مثلا بالقول:

إن الإدارة وفرت كل شىء للمدرب وليس للمدرب أى عذر فى عدم استثمار مواهب لاعبيه. على سبيل المثال: حينما اصدر الرئيس التنفيذى للمجلس الأعلى للشباب والرياضة قرارا بعودة المدرب المصرى محمود الجوهرى لقيادة المنتخب المصرى.

هل يمكن للمعلق ان يتجاهل هذا القرار وهو بصدد التعليق على أولى مباريات المنتخب فى تصفيات كأس العالم؟

فيجب على المعلق أن يقول: يستأنف المنتخب الوطنى التصفيات النهائية للشباب والرياضة بعودة المدرب الوطنى محمود الجوهرى.

ولقد وفر مجلس إدارة الاتحاد لجهاز التدريب كل الامكانات التى تمكنه من إداء مهامه على أكمل وجه ولقد شهدت تدريبات المنتخب فى الاونة الاخيرة تغييرات فى مراكز اللاعبين وطريقة وخطط لعب الفريق من هذه التغيرات... الخ.

ومن الأمثلة عن علاقة الإدارة بالتدريب مايلى: يبدو أن الخلاف بين رئيس نادى الزمالك ومدرب الفريق قد انعكس على مستوى الفريق الذى تعرض لنزيف النقاط فى المباريات الاخيرة لموسم ٩٥/١٩٩٦.

مما سبق نجد ان تحليل العلاقة بين الإدارة والمدرب عند كتابة التعليق الرياضى فى كثير من الاحيان على جانب كبير من الأهمية وبالمثل فإن تحليل العلاقة بين الإدارة واللاعب على جانب كبير من الأهمية أيضا. فالإدارة تسهم فى صناعة اللعب وفى بعض المباريات تشكل عنصرا مهما فى المباراة ولابد لأى تعليق من ان يتناوله ويحلله.

وحتى يكون التعليق جيدا فإن واجب المعلق ان يحلل درجات التفاعل بين الخطوط الافقية والرأسية وان لايهمل احدهما حتى لايقال بأن المعلق لم يغطى كافة جوانب المباراة أو أنه تحدث عن جانب من الجوانب أكثر مما تحدث عن الجانب الأهم.

فنسبة الأهمية فى التعليق يحددها حجم التفاعل بين عنصر وعنصر آخر فى كل مباراة على حدة.

اجزاء التعليق الرياضى:

ان التعليق الرياضى كسائر فنون الإعلام الاخرى ينقسم الى:

(١) مقدمة. (٢) نص. (٣) خاتمة.

من خلال ملىء النموذج فى شكل (٥) السابق الاشارة إليه يمكن الحصول على تعليق رياضى على مستوى جيد. حيث يبدأ المعلق بكتابة المقدمة من خلال الاجابة المباشرة على الشقيقات السبع والتى سبق الاشارة إليها.

فمثلا: لكتابة مقدمة عن مباراة حاسمة بين قطبى الكرة فى مصر الزمالك والأهلى فى الدورى العام يمكننا ان نكتب مقدمة من خلال طريقة الهرم المقلوب فنقول:

مـــاذا: اسفر لقاء القطبين الزمالك والأهلى عن فوز الزمالك بنتيجة ٢/ ٠ سجل أحمد الكاس هدف فريقه الأول فى الدقيقة ٧٥ وسجل أيمن منصور هدف فريقه الثانى فى الدقيقة ٨٠ من المباراة.

متــى: أمس.

لمـاذا: فى الأسبوع الـ٢٥ من الدورى.

أيــن: على ملعب استاد القاهرة الدولى.

كيف: الزمالك لديه ٥٨ نقطة وترتيبه الأول والأهلى ٥٧ نقطة وترتيبه الثانى.

مــن: حضر المباراة السيد رئيس الجهاز التنفيذى للمجلس الأعلى للشباب والرياضة ورئيس اتحاد الكرة وأعضاء مجلس إدارة الناديين وحكم المباراة طاقم حكام من فرنسا.

وليس بالضرورة ان يكون الترتيب السابق هو الترتيب الذى يجب ان يتبع فى كتابة المقدمة. فهذا يترك وفقا لطبيعة وظروف كل مباراة ودرجة أهميتها وحدتها.

حيث يمكن للمعلق ان يقدم أو يؤخر وفقا لما يشاء حسه وفكره ودرجة أهمية العنصر هذا بالاضافة الى امكانية اضافة بعض الجمل الى المقدمة التى تجسد الأهم فى المباراة.

وقد يلجأ المعلق الى تزيين المقدمة باستخدام طريقة التوازن التحريرى* مشيرا إلى تصريحات المسئولين عن الفريقين المتبارين التى ادلوا بها قبل المباراة ويقابل هذه التصريحات مع بعضها البعض فى صورة تحديات متبادلة تعطى التعليق اثارة أكثر.

والمقدمة الناجحة هى التى تستطيع أن تعطى القارئ فكرة اوضح وأعمق عن محتويات التعليق. حيث فى احيان كثيرة يرجئ القارئ التعليقات المطولة إلى ما بعد عودته من عمله أو مدرسته أو جامعته ويكتفى بقراءة العناوين والمقدمات.

والمحرر الرياضى الجيد هو الذى يستطيع أن يملأ رأس قارئه بأكبر التفاصيل فى المقدمة بحيث يستطيع ان يجعل قارئه محيطا بالتعليق المفصل أكثر من قارئ صحيفة أخرى.

---

* يمكن الرجوع الى ص ١٦٥ من هذا الكتاب.

وبعد ان ينتهى المعلق الرياضى من كتابة المقدمة يبدأ فى ملىء النموذج وبذلك يكتب النص الذى من خلاله يوضح درجة التفاعل بين العمود الرأسى والعمود الأفقى فيجب على المعلق الرياضى ان يجمع موضوعات المباراة من خلال الملاحظات التى يكتبها اثناء سير المباراة فبعض المعلقين يعتمدون على الذاكرة فى تغطية نموذج التعليق.

وهذا خطأ فلابد من رصد الملاحظات من واقع المباراة وبصورة متسلسلة حتى يستطيع الكاتب أن يعالج التعليق بالتسلسل الطبيعى الذى وقع للمباراة.

فإذا كانت وظيفة المقدمة اعطاء القارئ أهم الحقائق بسرعة وباختصار فإن نص التعليق يركز على اجابات (كيف؟ ولماذا؟ وكم؟) والتعليق يكون تأثيره أكبر إذا استخدم المعلق الرياضى بعض المعايير والاحصاءات والأرقام لتقييم اللاعبين مثال: أحمد الكاس ٩/ ١٠، اسماعيل يوسف ٩/ ١٠، خالد الغندور ٨/ ١٠ أو رصدا لعدد.

وهناك بعض الاسئلة التى يجب على المعلق الرياضى ان يضعها فى اعتباره قبل البدء فى التعليق وهى:

أ- من الذى يهمه التعليق؟

ب- لماذا يهمه التعليق؟

جـ- والى مدى سيكون اهتمامه بالتعليق؟

لاشك أن الاجابة على هذه الاسئلة تتعلق بالقارئ. فالمعلق الرياضى يجب الا يعزل نفسه عن القارئ. فالقارئ هو العنصر الاساسى لنجاح المعلق الرياضى القارئ العام الذى ينظر الى المنافسة بصورة اشمل واعم لانظرة القارئ المتحيز لفريق معين.

وبعد الانتهاء من كتابة نص التعليق ينتقل المعلق إلى «الخاتمة» التى لابد وان تكون قوية وواضحة وليست مسرفة فى الطول حيث ان التطويل لايوضح

الفاصل بين الخاتمة وجسم الموضوع، ولذلك كثيرا ما يرتبط بالمقدمة ويكون صدى لها، كما أنها توجز مجموعة الافكار والاراء وتربطها ببعضها البعض ومستخلص منها النتائج المنطقية المترتبة على المعلومات والتحليل والرأى.

والمعلق الرياضى عليه ان يتجنب عرض افكاره الذاتية أو انطباعه الخاص فى الخاتمة لان هذا شىء يتعلق ببعض الفنون الصحفية الاخرى كالمقال أو العمود وخير خاتمة للتعليقات الرياضية هى التى تقدم حلولا واقتراحات ايجابية للفرق المتبارية واللاعبين والحكام والجمهور.

فالفريق المهزوم يجب ان يعرف من التعليق لماذا هُزم والفريق الفائز يجب ان يعرف لماذا فاز واللاعب والحكم يجب ان يعرف كل منهما لماذا تحسن أو انخفض مستواه وهكذا (١٨ ـ ١٣٥، ١٣٦).

فالخاتمة يجب ان تكون قوية ومعبرة وتشكل جزءا اساسيا من التعليق وليس مجرد اضافة يمكن الاستغناء عنها اذا لزم الامر.

ويوضح فاروق أبو زيد (١٩٩٣) اجزاء التعليق الصحفى الرياضى فى قالب هرمى معتدل وذلك كالتالى:



شكل (٧)

يوضح اجزاء التعليق الصحفى الرياضى في قالب هرمى معتدل

الفصل الرابع عشر

الحديث الصحفي الرياضي

- مفهوم الحديث الصحفى
- تعريف الحديث الصحفى الرياضى
- أهمية الحديث الصحفى الرياضى
- عوامل نجاح الحديث الصحفى الرياضى
- الحديث الصحفى والفنون الصحفية الاخرى
- الحديث الصحفى والتصريح الصحفى
- خطوات اعداد الحديث الصحفى الرياضى
- أنواع الحديث الصحفى الرياضى
- اجزاء الحديث الصحفى الرياضى



الفصل الرابع عشر
الحديث الصحفى الرياضى

مفهوم الحديث الصحفى:

عرفت صحافة القرن التاسع عشر الحديث الصحفى ولكنه لم يستخدم بشكل عام كفن من الفنون الصحفية إلا مع بداية القرن العشرين ثم أخذ فى التطور حتى أصبح واحدا من أبرز فنون التحرير الصحفى الهامة فى الصحافة الحديثة وخاصة الصحافة الرياضية. ومع اختراع أجهزة التسجيل وانتشارها فى الصحافة جعل من الممكن ليس فقط تسجيل الحديث كما ينطق بالفعل وانما اتاح أيضا امكانية الاحتفاظ بنص الحديث على شرائط الكاسيت وبالتالى تجنب الصحفيين تهمة اختلاف بعض الاقوال التى ترد على لسان المتحدث أو تكذيب ما نشر فى هذا الحديث (٥٦ ـ ١٦).

والحديث الصحفى الرياضى هو عبارة عن لقاء أو مقابلة تتم بين صحفى أو أكثر وشخصية رياضية أو أكثر هذه الشخصية قد تكون (لاعب ـ مدرب ـ إدارى ـ مسئول) للحصول على معلومات أو بيانات أو حقائق رياضية حول بعض الاحداث أو القضايا أو الموضوعات الرياضية أو التعرف على وجهات النظر أو الاراء فى أمور تشغل الرأى العام فى المجال الرياضى أو لالقاء الضوء على هذه الشخصية الرياضية وتعريف القراء بها أو لتسلية القراء وامتاعهم عن طريق المواقف الرياضية الطريفة أو الخفيفة أو لبعض أو كل هذه الاهداف معا.

والحديث الصحفى الرياضى قد يكون وسيلة أو اداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات الرياضية للعديد من الاشكال أو الفنون الصحفية الاخرى كالخبر أو التحقيق أو التعليق (٦٥ ـ ١٨٨).

أما الحديث الصحفى الذى نحن بصدده الان نعنى به نشر المادة الصحفية الرياضية التى تم الحصول عليها عن طريق المقابلة فى شكل حديث صحفى مستقل هو الحديث الصحفى الرياضى.

تعريف الحديث الصحفى:

لقد عرفه عبدالعزيز الغنام (١٩٨٦) بأنه: عبارة عن موعد يطلبه المحرر للحصول من شخصية هامة (مسئول ـ إدارى ـ مدرب ـ لاعب ـ حكم) على بعض التصريحات أو المعلومات التى تهم الرأى العام.

تعريف الحديث الصحفى الرياضى:

لقد عرفه أمين ساعاتى (١٩٩٣) نقلاً عن سبيكركرامب بأنه: تلك التقارير الصحفية التى يكتبها المحررون الرياضيون عن المقابلات التى يقومون بها مع الشخصيات الرياضية المختلفة بقصد الإعلام والنشر أو هو الحديث الذى يجرى بين سائل ومسئول.

أهمية الحديث الصحفى الرياضى:

- تأتى أهمية الحديث الصحفى الرياضى فى أنه يرد أو يجيب على الأسئلة التى يتحدث عنها الناس فى المجال الرياضى وتشغل تفكيرهم ومن هنا تأتى خطورة هذا الفن الصحفى الذى يعيش مع الافراد احداث الساعة فى المجال الرياضى التى يتلهف الناس على معرفة الرأى فيها.
- الحديث الصحفى الرياضى يرضى غريزة حب الاستطلاع لدى قراء الصحافة الرياضية فى التعرف على كل ما يتصل بحياة الشخصيات الرياضية التى يقوم باستضافتها وخاصة تلك الشخصيات التى لايسهل للقارئ أن يكون على صلة وطيدة بها أو يجلس معها أو يتحدث إليها.
- يتيح للقراء فرصة التقرب من الشخصيات العامة والهامة فى المجال الرياضى وخاصة تلك التى تمثل القدوة لهم للتعرف على اسرارهم

وتجاربهم وخبراتهم للاسترشاد بها بما يمكنهم من تحقيق مايرجوه من نجاح في حياتهم الخاصة.

- يعد الحديث الصحفى الرياضى احد الدعائم البارزة التى تهدف الى ارتفاع معدلات توزيع الصحف الرياضية لذا خصصت الصحف الرياضية اقسام كاملة لفن الحديث الصحفى الرياضى لتلبية مطالب الجماهير من ناحية ولرفع معدلات التوزيع من ناحية اخرى.
- يعتبر الحديث الصحفى الرياضى مادة اساسية فى ربط القارئ بالصحيفة وتوطيد العلاقة بها من خلال إزالة الغموض وتوضيح كافة الأمور والنقاط التى تحيط ببعض المشكلات فى المجال الرياضى باستضافة بعض الشخصيات التى لها علاقة بهذه المشكلات أو قريبة منها للتعرف على أسبابها والقراءة فى كل ما يتعلق بها ومعرفة كل الظروف المحيطة بها.
- يقوم الحديث الصحفى الرياضى بنقل القارئ إلى مكان الاحداث الرياضية وتعايشه لها من خلال ارسال المحررين الى مكان هذه الاحداث وتكون مهمتهم توجيه الاسئلة الى شهود العيان الذين عاصروا وشاهدوا الاحداث واجراء الاحاديث معهم لانه ليس فى وسع القارئ العادى ان يتواجد ويتعايش فى كل مكان تقع فيه الاحداث الرياضة.

مع مراعاة أنه ليس بالضرورة أن تنشر الاحاديث الصحفية الرياضية على شكل اسئلة واجوبة فربما كان فى نشر المعانى نفس القيمة الخبرية للأسئلة والاجوبة ويستطيع القارئ من خلاله معرفة الحقيقة كاملة ويكون الحديث الصحفى الرياضى حقق الهدف منه (٦ ـ ٣٥، ٣٦).

عوامل نجاح الحديث الصحفى الرياضى:

أن نجاح الحديث الصحفى الرياضى يتوقف على مدى براعة المحرر الصحفى الرياضى وقوة شخصيته وقدرته على إدارة الحوار مع الشخصية التى يقوم باستضافتها وكذلك قدرته على التصرف فى المواقف المحرجة التى قد تحدث اثناء

إدارة الحوار مع الشخصية لذا لابد للصحفى الرياضى ان يكون لبقا صدره رحب سريع البديهة لماحا قادر على خلق جو من الصداقة والالفة والاطمئنان مع هذه الشخصية بما يمكنه من الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات الهامة (٦-٣٧).

أيضا يجب على المحرر الصحفى أن يكون أمينا فى نقل ما يفصح عنه ضيوف الحوار بأن لاينسب إليهم أقوال أو معلومات لم يدلوا بها بما يشجعهم على أجراء مثل هذا الحوار فيما بعد.

كذلك لابد للمحرر الصحفى الرياضى أن يعرف كل شىء عن الشخص الذى سيتحدث إليه فإذا كان لاعب يعرف تاريخ هذا اللاعب سواء كان محليا أو دوليا والبطولات التى حصل عليها أو ساهم فى الحصول عليها والأندية التى قام بتمثيلها وكذلك المدرب. أما إذا كان مسئولا فلابد أن يعرف المناصب التى قام بشغلها أو الوظائف التى تدرج فيها.

وكذلك يجب أن يعرف ما هى اهتماماته وما يحبه وما ينفر منه وذلك لان الصحفى الذى يدرس الموضوع الذى سيتحدث فيه ولايعرف شخصية المتحدث لايضمن النجاح فى الحصول على حديث صحفى ناجح يحقق اهدافه.

يجب على المحرر الصحفى الرياضى أن يبدأ الحوار أو الحديث مع المتحدث بكلمات مهذبة رقيقة وأن يلقى اسئلته على المتحدث من خلال حديث ودى عادى وان يشعر المتحدث بالالفة ولايغفل ان يطعم الحديث ببعض عبارات المجاملة مع مراعاة الا تصل المجاملة إلى أكثر من ذلك فتصبح نفاق أو رياء.

ويجب على المحرر الرياضى ان يراعى الا يعد اسئلة محدوده أو قليلة بل عليه أن يعد رؤوس بعض الموضوعات وان يوجه الاسئلة وفقا لشخصية المتحدث ولطبيعة سير الحديث مع مراعاة تسلسل احداثه وتشعب موضوعاته.

الحديث الصحفى الرياضى والفنون الصحفية الأخرى:

إن فن المقابلة الصحفية عند بعض الباحثين فى الإعلام الرياضى هو اسم مرادف لفن الحديث الصحفى الرياضى كما ان التحقيق الصحفى الرياضى يلتقى

فى كثير من خطوطه والوانه مع الحديث الصحفى الرياضى أما الريبورتاج فهو نوع من أنواع التحقيق الصحفى الرياضى. فهذه الفنون الثلاث (الحديث الصحفى الرياضى ـ التحقيق الصحفى الرياضى ـ الريبورتاج الصحفى الرياضى) تتشابه بل وتتطابق فى كثير من الاحيان فى وظائفها واغراضها الصحفية (٨-١٥٨).

لذا فقد اكتفينا بالكتابة عن الحديث الصحفى فى الاشارة إلى الخطوط الدقيقة التى تميز الحديث الصحفى عن التحقيق الصحفى عن الريبورتاج الصحفى حتى لا يؤدى الى مزيدا من التكرار لاداعى له.

إن الصحفى الذى يحرر الحديث الصحفى الرياضى انما يحرر تقريرا عن مقابلة دارت بينه وبين شخص أو مجموعة اشخاص يعملون فى المجال الرياضى وحينما يتم تقسيم الحديث الصحفى الرياضى إلى عدة أنواع أو اقسام نجد ان ذلك يسوقنا إلى الحديث عن الصحفى الرياضى والعكس صحيح.

فالتحقيق الصحفى الرياضى هو تغطية تحريرة مصورة يجريها محررا أو مجموعة محررين رياضيين تتخللها مقابلة أو مجموعة مقابلات مع شخص أو عدة اشخاص يعملون فى المجال الرياضى حول ظاهرة من الظواهر الرياضية أو مكان من الاماكن الرياضية فى زمن رياضى معين بغية اكتشاف كنة خبر ما (٧٣-٢٥).

الحديث الصحفى الرياضى والتصريح الصحفى الرياضى:

إن التصريح الصحفى الرياضى يمكن تمييزه عن الحديث الصحفى الرياضى دون أى التباس. فمثلا:

عندما يصرح مسئول فى الاتحاد المصرى لكرة القدم بأن «نادى الزمالك لن يشترك فى البطولة العربية للاندية ابطال الدورى القادمة» فهذا التصريح لايتعدى كونه تصريحا ولاينبغى ان نعتبره حديثا صحفيا وانما هو تصريح اخبارى.

وكذلك السؤال الذى يوجهه الصحفى الرياضى بالمطار إلى زائر أو أى شخصية رياضية قادمة أو مغادرة البلاد لمهمة رسمية لايعتبر حديثا صحفيا.

وبالمثل فإن التفاف الصحفيين الرياضيين حول الرئيس التنفيذى للمجلس الأعلى للشباب والرياضة بعد جلسة طويلة عقدت خصيصا لمناقشة انسحاب نادى الزمالك من مباراته امام الأهلى فى الموسم الرياضى ٩٥ـ ١٩٩٦ لكرة القدم فإن هذا أيضا يدخل فى نطاق التصريحات الصحفية الرياضية السريعة.

وكذلك فإن التصريح الذى يدلى به حكم المباراة أو مدير الكرة بالنادى أو المدرب عقب مباراة فريقه هذه كلها وغيرها ليس احاديث صحفية رياضية وانما هى تصريحات صحفية رياضية.

خطوات إعداد الحديث الصحفى الرياضى:

هناك بعض الخطوات التى يجب ان يقوم بها المحرر الصحفى الرياضى لإعداد الحديث الصحفى الرياضى يمكن من خلالها وضع صورة مثلى لهذا الحديث (١٨ ـ ١٨٩ : ١٩١). وهى كالتالى:

١- تحديد موضوع الحديث:

على أن يراعى فى تحديد هذا الموضوع ان يكون مرتبطا بقضايا أو مشاكل رياضية تهم الرأى العام الرياضى أو تمس مصالح عدد كبير من القراء.

٢- اختيار الشخصية:

ويراعى اختيار هذه الشخصية ما يلى:

- ان تكون شخصية رياضية مهمة أو معروفة أو مشهورة أو جعلت منها الاحداث أو الظروف الرياضية شخصية مهمة كالابطال الرياضيين الحائزين على ميداليات أولمبية أو قارية أو متوسطية أو غيرها.
- مراعاة ان يتم اختيار الشخص الرياضى المناسب للحديث فى موضوع الحوار سواء كان لاعبا أو إداريا أو مسئولا أو خبيرا رياضيا أو احد افراد الجمهور.

- مراعاة اختيار الشخصيات المتخصصة علميا ومهنيا فى الموضوع الرياضى بل والمفاضلة بينهم بحيث يتم اختيار الشخصية التى تعرف أكثر عن هذا الموضوع والاقدر على ان تضيف فيه جديد أو شيئا مهما لقراء الصحيفة .

٣- اجراء دراسة تمهيدية استطلاعية حول الموضوع الرياضى:

الذى يدور حوله الحوار للتعرف علي جوانب هذا الموضوع من خلال مصادر المعلومات الخاصة بالصحفى (الارشيف الخاص به أو مكتبته الخاصة أو اتصالاته الخاصة) أو مصادر المعلومات الرياضية الخارجية وهذه الدراسة تفيد الصحفى أو المحرر الرياضى فى النواحى الاتية :

- مساعدته فى صياغة الأسئلة المحددة المعتمدة على المعلومات الرياضية الدقيقة وليس الاسئلة العامة غير المحددة التى يغلب عليها الطابع الانشائى وكذلك تساعده أيضا فى ترتيب هذه الاسئلة .
- اختيار جوانب وابعاد وزوايا لم تسبق معالجتها فى موضوعات صحفية رياضية اخرى مما يجعل الحديث يشكل اضافة جديدة للقارئ وليس تكرارا لما سبق ان تناولتها صحف اخرى .
- مساعدته في معرفة ما يريد الحصول عليه بدقة .
- مساعدته في إدارة الحوار والمناقشة بحيث لايبدو جاهلا بالموضوع أومجرد متلقى فقط يقوم بدور جهاز التسجيل حيث يطرح الاسئلة ويسجل الاجابات دون ان يكون له دور ايجابى فى اثارة نقاط جديدة تثرى الحوار وتجعله أكثر حيوية .
- كما أنها تعد بمثابة محك لديه للتأكد من دقة المعلومات الرياضية التى قد يطرحها المتحدث معه .
- تقيده بما تشمله من معلومات وبيانات عند صياغة الحوار فى شكله النهائى مما يزيد من استفادة القارئ من هذا الحديث .

- كما ان ادراك المتحدث بأن الصحفى على دراية بالموضوع الذى يتحدث فيه يشجعه على الخوض فى اعماق الموضوع ولايكتفى بطرح مجرد معلومات سطحية حوله.

٤- الاستعانة بالمعلومات المتوفرة حول شخصية المتحدث معه:

تاريخه الرياضى كلاعب دولى أو محلى وبطولاته وانجازاته كمدرب أو كإدارى ومؤهلاته العلمية والرياضية وغير ذلك من المعلومات المتعلقة به وكذلك ارائه السابقة وتصريحاته وذلك من خلال الاستعانة بالارشيف الخاص به فى قسم المعلومات الصحفية الرياضية ان وجدت أو محاولة جمعها من بعض المصادر الاخرى التى قد تتيسر له وهذه الخطوة تفيد الصحفى أو المحرر الرياضى فى بعض النقاط نذكر منها:

- فهم شخصية المتحدث معه والمدخل المناسب لها مما يعنيه على إدارة الحوار معه بشكل ناجح.
- التعرف على فكره الرياضى السابق وتصوراته حول الموضوعات والقضايا الرياضية المختلفة أو الموضوع أو القضية التى هى بصدد الحديث عنها مما يساعده فى صياغة الاسئلة والمناقشة ودراسة مدى الاتفاق والاختلاف فى هذه الاراء واسبابه.
- كما انه فى حالة الاطلاع على ملف الصور الفوتوغرافية الخاصة بالمتحدث معه اذا تيسر له ذلك خاصة اذا لم تكن للمحرر الصحفى الرياضى معرفة سابقة مع المتحدث معه فالصور الفوتوغرافية قد تعطى الصحفى انطباعات معينة عن شخصية المتحدث وان كانت غير صحيحة أو على الأقل تعفيه من الحرج الذى قد يقع فيه اذا ذهب الى المتحدث معه وهو لايعرف ملامحه.

٥- تحديد الاسئلة وإعدادها وترتيبها:

وذلك فى ضوء اهداف الحديث ومن خلال الاستعانة بالدراسة التمهيدية التى اجريت حول الموضوع الذى يدور حوله الحديث الصحفى الرياضى واحيانا يكتفى

الصحفى بوضع بعض النقاط كمؤشرات يدور حولها الحوار بحيث يكون هناك حرية أكبر فى الحوار والمناقشة ولكن يفضل ان تترجم كل نقطة منها إلى مجموعة من الاسئلة التى يجب ان يراعى عند صياغتها بعض الملاحظات نذكر منها :

- تجنب الأسئلة التى قد توحى باجابة معينة وخاصة الاسئلة التى تتطلب معرفة الرأى الحقيقى للمتحدث معه فيها .
- الابتعاد عن الاسئلة التى تحتمل الاجابة بنعم أو لا وخاصة فى حالة تهرب المتحدث معه من الاجابة على نوعية معينة من الاسئلة .
- تجنب السؤال الذى قد يتعرض لاكثر من فكرة أو لاكثر من نقطة قائمة بذاتها .
- الابتعاد عن الاسئلة الطويلة التى قد تدفع المتحدث الى الملل أو عجزه عن فهم المطلوب منه الاجابة عليه .
- الا تصاغ الاسئلة بأسلوب استفزازى أو هجومى أو ساخر يثير الشك أو يبدو فيها ان الصحفى يتخذ موقفا مسبقا من المتحدث معه أو من الموضوع أو القضية الرياضية التى يسأل عنها .
- تجنب السؤال حول موضوعات لاتدخل فى دائرة تخصص أو مسئولية المتحدث معه فطرح مثل هذه الاسئلة قد يدفعه أما للتهرب من الحوار كلية أو الاضطرار للخوض فى مجالات وموضوعات لايعلم عنها الكثير وهذا كله يضعف الحوار ويقلل من قيمته .
- كذلك لابد من ترتيب الاسئلة بحيث يقود كل سؤال للآخر ويكمل كل منها الاخر بحيث لايعود المحرر الصحفى للسؤال حول نقطة متصلة بموضوع فرعى معين سبق ان سأل عنه من قبل .

٦- الاستعداد لاجراء الحديث الصحفى.

٧- تحديد المكان المناسب للمقابلة:

مع مراعاة ان يكون هذا المكان ملائما لكل من الصحفى والشخص الذى يجرى معه الحوار قدر الامكان .

٨- تحديد موعد اللقاء:

بأن يبدأ باجراء الاتصال لتحديد موعد اللقاء لاجراء الحديث الصحفى الرياضى ويلاحظ أن الاشخاص يختلفون فى مدى الاستعداد أو القدرة أوالقابلية للحديث الى الصحافة الرياضية.

وتنقسم الشخصيات الرياضية المستهدفة بالحديث الصحفى الرياضى الى ثلاث فئات هى:

- **فئة متعاونة:** وهذه الفئة مستعدة وقابلة للحديث الى الصحافة الرياضية وهى لاتحاول ان تخلق أى صعوبات امام الصحفى الرياضى بل تعاونه فى اجراء هذا الحديث.
- **فئة مترددة:** وهى فئة قلقة متوترة تحب الحديث مع الصحفيين الرياضيين ولكنها فى نفس الوقت تخاف من تبعات التعامل مع الصحافة الرياضية وما يمكن ان تثيره من مشاكل أو متاعب.
- **فئة متهربة:** وهى فئة تكره الحديث الى الصحافة الرياضية وهى بطبيعتها لاتثق فى احد ولاتثق بالصحافة الرياضية ولا الصحفيين الرياضيين بصفة خاصة وأهم ما يميزها أنها شخصية انطوائية لاتتحدث الا بحساب (٥٦ـ ٢٩، ٣٠).

٩- اجراء الحديث:

بعد ان يقوم الصحفى أو المحرر الرياضى بتحديد موعد اللقاء ومكان هذا اللقاء مع المتحدث عليه الالتزام بهما لان ذلك من العوامل التى تجعل المتحدث معه يثق فى الصحفى الرياضى ويحترمه وهذه الخطوة خطوة اجراء الحديث تعتمد على ذكاء الصحفى الرياضى وحسن اختياره للبداية التى يجب ان يبدأ بها الحوار بأن يلجأ الى الطريقة المثلى التى يبدأ بها فعليه ان يمهد الجو المناسب الذى يسمح بأن تبدو عملية طرح الاسئلة تلقائية وطبيعية دون تكلف ويستحسن فى هذه الحالة الا يبدأ فى القاء الأسئلة مباشرة فإنه يمكن ان ينتقى مثلا موضوعا عاما أو

مشتركا بينهما أوموضوعا طريفا أو موضوعا يشكل اهتماما خاصة لدى المتحدث ليدير معه حوارا قصيرا مما يجعل المتحدث معه يتخلص من التوتر الذى قد يتخلل عملية اجراء الحديث ويجعله يشعر بالاطمئنان والارتياح للصحفى الرياضى. وبمجرد ان يدرك الصحفى الرياضى ان هذا قد تحقق وان الجو أصبح ملائما لاجراء الحوار أو الحديث عليه ان يبدأ بطرح الاسئلة الخاصة بموضوع الحديث.

وهناك بعض القواعد التى يجب ان يراعيها الصحفى الرياضى عند قيامه بطرح الاسئلة (١٨ ـ ١٩٤) نذكر منها:

- ان يكون الصحفى الرياضى هادئا متزنا يطرح اسئلته بصوت واضح.
- البطء فى القاء الاسئلة بالدرجة التى تسمح للمتحدث معه بمتابعة الصحفى وفهم سؤاله.
- لا يعتمد الصحفى الرياضى فى القاء الاسئلة على الورقة التى اعدت فيها هذه الاسئلة ولكنه يجب عليه ان يكون مستوعبا للاسئلة ثم يلقيها بعد ذلك من ذاكرته.
- القاء سؤال واحد فى كل مرة.
- مراعاة التسلسل المنطقى عند القاء هذه الاسئلة تبعا لمجريات احداث الموضوع.
- الانصات للمتحدث معه بشكل جيد وإعطائه الوقت الكافى للاجابة واعطاءه مساحة من الزمن بعد ان ينتهى المتحدث معه من اجابته حتى يعطيه الفرصة للاضافة اذا اراد أو بمعنى اخر يشعره انه يتوقع منه المزيد فلا يعاجله بسؤال آخر عقب انتهاءه من اجابة السؤال السابق.
- الا يقاطع الصحفى الرياضى المتحدث معه اثناء اجابته حتى ولو كان المتحدث معه ممن يتحدثون كثيرا أو طويلا خارج موضوع الحديث عن ذكرياته وتجاربه وخبراته وانجازاته فى المجال الرياضى. فمهارة الصحفى هنا ان يشعر المتحدث معه انه مهتم للغاية بمتابعة حديثه والاستفادة من

هذه التجارب وتلك الخبرات وفى نفس الوقت يسعى بلباقة وبطريقة مهذبة الى ان يربطه مرة اخرى بموضوع الحديث الاساسى حتى ولو كرر ذلك بل وعليه الا يظهر أى ضيق أو عدم ارتياح لذلك حتى لايؤثر ذلك على الجو النفسى للحوار.

- ان يتجنب الصحفى الرياضى فرض حكمه أو ارائه على المتحدث معه.
- كذلك تجنب القاء الاسئلة باسلوب الاستجواب أو التحقيق البوليسى.
- تجنب الصحفى الرياضى إكمال الجمل للمتحدث معه حتى ولو لاحظ انه يتلمس الكلمات بصعوبة حتى لايؤدى الى ارتباكه وتغاضيه عن ذكر ما كان يقصده فعلا.
- عدم الاسراف فى التعاطف مع المتحدث معه.
- الا يظهر الصحفى الرياضى انبهاره أو دهشته اذا أدلى المتحدث معه بحقائق معينة لم يتوقعها الصحفى فيكون متحفظا فى اظهار شعوره نحو ما يسمع.
- ان يكون الصحفى الرياضى شريكا فعالا فى الحديث وليس مجرد مستمع فقط أو مستجوب ولا مانع من التعقيب المناسب على اجابة المتحدث معه وابداء وجهة نظره اذا تطلب ذلك.

١٠- تسجيل الحديث:

وهناك طريقتان رئيسيتان لتسجيل الحديث الصحفى الرياضى (٥٦ - ٣٣: ٣٥) هما:

أ- طريقة التسجيل فى النوتة:

وهى من أكثر الطرق شيوعا بين صحفى العالم وتعتمد على التسجيل فى نوتة أو اجندة خاصة بالصحفى الرياضى وهذه الطريقة صعبة ومرهقة وتحتاج من الصحفى الرياضى ان يكون يقظا ودقيقا حتى يمكنه الالمام بكل ما دار فى الحديث

وهى تحتاج الى صحفى يكون صاحب خبرة. ولكن من عيوب هذه الطريقة انها تصرف الصحفى الرياضى على ان يكون ايجابيا فى المناقشة والحوار لاهتمامه بكتابة كل ما يقال.

ومن عيوبها أيضا ان يصبح الصحفى الرياضى غير أمينا سواء عن قصد أو من غير قصد نتيجة لسقوط جزء من الحديث وبالتالى عدم نشره.

ب- طريقة استخدام أجهزة التسجيل:

وهى أسهل وأفضل من الطريقة الأولى حيث يتم تسجيل نص الحديث باستخدام جهاز للتسجيل (كاسيت) وعند استخدام هذه الطريقة يجب على الصحفى الرياضى ضرورة استئذان المتحدث معه قبل ذلك وهذه الطريقة تتميز بالدقة خاصة إذا اراد الصحفى الرياضى نقل رأيا للمتحدث معه بنصه لاصياغته باسلوب الصحفى الرياضى الذى قد يغير فى جوهر رأى المتحدث معه دون قصد. كما ان هذه الطريقة تجعل الصحفى الرياضى أكثر ايجابية نتيجة لتفرغه لإدارة الحوار والمناقشة كما يمكنه أيضا من ملاحظة تعبيرات وجه المتحدث معه والتى تفصح عن افكار تعجز الكلمات ان تعبر عنها أو يكون لها مدلول معين يتبينه الصحفى الرياضى.

الا أن عيوب هذه الطريقة شعور بعض الاشخاص بالتوتر والرهبة اذا تحدثوا امام جهاز التسجيل مما قد يفقد الحديث الصحفى الرياضى الكثير من المعلومات والاراء الهامة كما انها قد تحد من حرية التعبير وبالتالى يفقد الحديث جانبا كبيرا من التلقائية والعفوية المطلوبة بل أنه احيانا يدفعه الى الافتعال والتصنع ومن عيوبها أيضا تعرض الجهاز للاعطال المفاجئة مما يعوق تسجيل كل أو بعض جوانب الحديث لذا فإنه ينصح بضرورة التأكد من سلامة الجهاز قبل اجراء الحديث واختبار طريقة تسجيله وكذلك ينصح أيضا بضرورة الاحتفاظ ببعض البطاريات قد يضطر لاستخدامها نتيجة لانقطاع التيار الكهربائى أو عدم توفر ذلك.

١١- صياغة الحديث الصحفى الرياضى:

تعتبر صياغة الحديث الصحفى الرياضى أو تحريره هى الخطوة الاخيرة من خطوات عمل الحديث ولكنها تعتبر خطوة هامة وخطيرة لانها الخطوة التى سيخرج منها الحديث الصحفى الرياضى الى القارئ وتمر هذه الخطوة بثلاث مراحل (٦٥ ـ ١٩٨، ١٩٩) هى:

أ- مرحلة التمهيد لصياغة الحديث فى شكله النهائى من خلال:

- مراجعة المادة الصحفية الرياضية التى تم الحصول عليها للتأكد من أنها كاملة ومتسقة.
- إعداد المواد المصورة المصاحبة للحديث سواء كانت صور فوتوغرافية أو رسوم تعبيرية أو ساخرة أو توضيحية.

ب- مرحلة اختيار الصياغة أو الاسلوب المناسب لطبيعة موضوع الحديث والمادة التى تم الحصول عليها ليصاغ بها هذا الحديث. وهناك مجموعة من الصيغ أو الاساليب يمكن للصحفى الرياضى ان يختار منها نذكر منها:

- الصيغة التقليدية التى تقوم على سرد السؤال والاجابة عليه (س. ج) ويعاب على هذه الصيغة فى أنها احيانا قد تبعث الملل وتبدو اقرب الى شكل التحقيق أو الاستجواب البوليسى وهى تلائم الصحفى المبتدئ.
- الصيغة التى تعتمد على حذف نص الأسئلة التى طرحها الصحفى الرياضى مع صياغة اجابات المتحدث معه باسلوب يفهم منه السؤال المطروح المحذوف.
- صيغة الاعتماد على اقتباسات من اقوال المتحدث معه يتخللها فقرات تربط بين هذه التصريحات قد تكون تاريخه الرياضى كلاعب أو كمدرب أو كادارى لبعض الفرق وذلك للمتحدث معه أو وصف للمكان أو الزمان الذى دار فيه الحديث بحيث ان تكون كل فقرة ربط تتصل بشكل أو باخر مع طبيعة التصريحات التى تسبقها أو تتبعها. وتتميز هذه الطريقة

بالحيوية وتجعل القارئ يشعر بالتجاوب والمشاركة مع الشخصية الرياضية التى يجرى معها الحديث.

- صيغة المزج وهى تتلخص فى ان يقوم الصحفى الرياضى بالمزج بين ما يحصل عليه من اقتباسات من نص حديث المتحدث معه واسلوب الصحفى نفسه مع مراعاة ان تكون الاقتباسات خاصة باراء المتحدث معه وأسلوب الصحفى تكون متصلة بالمعلومات والحقائق الرياضية التى يوردها المتحدث معه.
- صيغة السرد أو القصة وفيها يقوم الصحفى الرياضى بصياغة الحديث كله بأسلوبه الخاص فى شكل سردى اقرب ما يكون للمقال أو فى شكل قصصى روائى يبدو فيه تصاعد المواقف وذروة للاحداث وهكذا . . .

وهذا الاسلوب يحتاج الى خبرة صحفية طويلة تجعل من صاحبها صاحب أسلوب متميز هذا بالاضافة الى ان طبيعة المعلومات والبيانات والحقائق تسمح باستخدام هذا النوع من الصياغة

جـ- مرحلة تحرير الحديث اعتمادا على الصيغة التى تم اختيارها من الصيغ السابقة.

أنواع الحديث الصحفى الرياضى:

لقد وضع المهتمين بالمجال الإعلامى عدة تقسيمات لانواع الاحاديث الصحفية فقد قسمها البعض تبعا لاهداف ووظائف كل منها والبعض الاخر قسمها تبعا لموضوعاتها أومواددها وقد قام كل من عبداللطيف حمزة (١٩٦٥) واجلال خليفة (١٩٧٢) بوضع تقسيم لهذه الاحاديث وذلك كالتالى:

١- حديث الخبر:

والغرض منه جمع الاخبار واستقصاء بعض المعلومات والبيانات الرياضية الجديدة حول واقعة أو حادثة أو بطولة أو مباراة والرجوع فى ذلك الى الاشخاص الذين شاركوا أو شاهدوا ذلك.

٢- حديث الرأى:

وهو حديث يهدف الى الحصول على اراء اصحاب الخبرة أو اراء المتخصصين فى احدى المجالات الرياضية وذلك تبعا لموضوع الحديث نفسه للتعرف على ارائهم ووجهات نظرهم تجاه موضوع الحديث وعلى الصحفى ان يقوم بعرض جميع الاراء المعارض منها أو المؤيد على السواء ويترك للقارئ استخلاص الحقيقة بنفسه.

٣- حديث التسلية:

وهو حديث الغرض منه الترويح والتسلية والترفيه عن القراء ويعتمد على البحث فى حياة المتحدث معه وتصوير شخصيته عن قرب وابراز المواقف الطريفة للمتحدث معه.

٤- حديث الجماعة:

ينقسم هذا النوع من الحديث الى فرعين النوع الأول: أن يختار الصحفى فئة معينة من اللاعبين، أو المدربين أو الحكام على سبيل المثال ويوجه اليهم سؤالا واحدا لايتغير ويحصل منهم على اجابة معينة وبذلك يستطيع ان يخرج بصورة صادقة لقطاع معين أو فئة معينة فى مساحة الرأى العام فى المجال الرياضى.

النوع الثانى: ان يسأل الصحفى الرياضى مجموعة من المتخصصين فى رياضة من الرياضات تكون ذات صلة وثيقة بمشكلة من المشكلات التى تهتم الصحيفة الرياضية ببحثها والوصول فيها الى حل (٤٦ ـ ٤٠٦).

٥- حديث المؤتمرات الصحفية الرياضية:

وهوحديث يدلى به احد الشخصيات البارزة فى المجال الرياضى المحلى أو الدولى كرئيس المجلس الأعلى للشباب والرياضة أو رئيس اللجنة الاولمبية أو رئيس اتحاد لعبة أو رياضة معينة وذلك فى حضور ممثلى الصحف الرياضية وذلك للاجابة على اسئلة أو مناقشة قضية تشغل الرأى العام فى المجال الرياضى أو التى

تجرى عقب انتهاء المنافسات مع مدربى الفرق وبحضور ممثلى الصحف الرياضية للتعرف منهم على بعض النواحى الفنية والتكتيكية فى هذه المنافسات وانطباعاتهم كمدربين على هذه المنافسات وتقديم تفسيرات لاهم احداث هذه المنافسات .

٦- الحديث الاعلانى:

والقصد من هذا الحديث هو الدعاية والترويج كالحديث الذى يتم اجراءه مع رئيس الاتحاد المصرى لكرة القدم عن تنظيم مصر لبطولة كأس العالم للشباب عام ١٩٩٧ موضحا فيه دور احدى الشركات فى تمويلها لهذه البطولة باعتبارها الراعى الرسمى لهذه البطولة .

وعلى الرغم من محاولة تحديد الخطوط والحدود التى تفصل بين نوع وآخر الا ان الفصل التام بينهما يبدو مستحيلا فهى ليست فواصل جامدة لايمكن اختراقها وانما هى حدود وفواصل نظرية فقط من اجل تحديد المعالم والخصائص .

فمثلا يستطيع الصحفى الرياضى ان يجرى حديثا صحفيا يشتمل على كل نوع من هذه الأنواع أى أنه يستطيع مثلا ان ينظم حديثا فى الخبر و الرأى معا وهكذا . . .

اجزاء الحديث الصحفى الرياضى:

ينقسم الحديث الصحفى الرياضى الى عدة اجزاء هى :

(١) العناوين الرئيسية . (٢) مقدمة الحديث .

(٣) جسم الحديث . (٤) الخاتمة .

ولقد سبق الحديث عنها راجع الفصل الحادى عشر ولكن يمكن وضع اشكال مختلفة لمقومات الاحاديث الصحفية الرياضية كما وضعها محمود علم الدين وليلى عبدالمجيد (١٩٩١) وهى كالتالى :

١- **مقدمة خبرية:** تركز على خبر رياضى مهم أو تصريح رياضى جديد مهم جاء على لسان المتحدث معه .

٢- **مقدمة تلخيصية:** وهى التى تلخص أهم الأفكار والحقائق والمعلومات الرياضية أو وجهات النظر فى موضوع أو قضية رياضية والتى طرحها المتحدث معهم.

٣- **مقدمة الوصف:** وهى قد تعتمد على وصف الاشخاص الرياضيين المتحدث معهم من حيث سماتهم وخصائصهم الجسمية والنفسية ووصف المكان الذى دار فيه الحوار أو الجو النفسى للحوار أو وصف لتصرف أو سلوك غير متوقع.

٤- **مقدمة الحوار:** وهى تعتمد على ابراز جزء مهم من الحوار الذى دار بين المتحدث معه والصحفى.

٥- **المقدمة الاقتباسية:** فتبدأ المقدمة بأقوال أو تصريحات رياضية مهمة مقتبسة من النص كما وردت على لسان المتحدث معه.

٦- **المقدمة القنبلة:** عبارة عن جملة واحدة قصير وموجزة ولكنها تباغت القارئ بما لم يكن يتوقعه أو ينتظره فتحدث تأثير القنبلة.

٧- **مقدمة التساؤل:** وهى تطرح أهم الأفكار الرياضية التى سيتناولها الحديث فى شكل مجموعة تساؤلات بحيث يجيب المتحدث عن هذه الاسئلة.

٨- **مقدمة التباين أو التناقض:** وتعتمد هذه المقدمة على ابراز التناقض بين بعض الامور أو الوقائع أوالحقائق أو التصريحات أو المعلومات الرياضية.

ويجدر الاشارة الى أن اختيار نوع معين من هذه المقدمات يتوقف مع طبيعة المادة الصحفية الرياضية نفسها.

الفصل الخامس عشر

النقد الرياضى

- تعريف النقد الرياضى .
- دور الناقد الرياضى .
- الشروط التى يجب توافرها فى الناقد الرياضى .
- حق النقد الرياضى .
- النقد الرياضى المباح .
- اركان النقد الرياضى .
- اداب النقد الرياضى .



الفصل الخامس عشر
النقد الرياضى

تعريف النقد الرياضى: هو الشكل الصحفى الذى يضع فيه الناقد الرياضى رؤيته فى قالب مقبول عند القارئ الواعى المحايد.

والنقد يكشف عن وعى الناقد وعن باطنه وعما يدفعه ويكشف عن تكوينه الاخلاقى وبنيته الفكرية الزاخرة.

ودور الناقد هو إعادة التوازن الى الجوانب المضطربة فى حياة بعض الرياضيين فيساعد على نضج الوجدان ويساهم فى بناء الإنسان بحيث يكون قادرا على أن يرى بطريقة أفضل ويسمع بطريقة أفضل ويتأمل بطريقة أفضل.

ووظيفة النقد اشبه ما تكون بوظيفة القضاء أنه يركض خلف الحقيقة والموضوعية ما وسعته الموهبة والعلم والامانة من اداء وعطاء.

وعلى الناقد ان يسلم بأنه لن يعرف الحقيقة بنسبة ١٠٠٪ لان الحقيقة نسبية فالذى يعتبر حقيقة عند البعض فهى ليست كذلك عند البعض الاخر.

وفى حياتنا اليومية نحن نسلم بيقينية اشياء كثيرة نجدها عند الاختيار والفحص تحتاج الى إعادة تقويم وتقييم وخاصة فى مجال البحث العلمى الذى يبنى على الشك.

وهذا لايعنى أننا نشك بصورة مطلقة فى امكانية التوصل الى معرفة الاشياء ذلك لان الحقيقة لايمكن ان تكون رهنا بالذاتية الفردية وبسمات الانسان المزاجية وانما هى نتيجة أو ثمرة نظرة العقل السليم فى الاشياء ومعرفة قوانينها وعللها ولهذا فالمعرفة التى لاتستند الى براهين أو حجج ثابتة ولاتقوم على مسلمات بديهية لايمكن الاخذ بها أو التسليم بها (١٨ ـ ١٨٧).

ويرى ارسطوا ان إدراك الحقيقة شيء عسير جدا لأنه يحتاج الى مساهمة كل العقول البشرية مساهمة فعالة. عقول الماضى والحاضر والمستقبل.

إن البحث عن الحقيقة قد يكون عسيرا من ناحية وسهل من ناحية أخرى ويبرهن الواقع على ان احدا لايدرك الحقيقة إدراكا كاملا ولا أحد يجهلها كاملا (٨٤ ـ ٣١).

ويجب على الناقد ضرورة قراءة الاثر الذى يود نقده قراءة جيدةلان الخطأ فى القراءة يفرز بالضرورة الخطأ فى النقد.

دور الناقد الرياضى:

إن دور الناقد الرياضى ليس مجرد ممارسة للمديح المستمر أو أنه تجسيد للثناء العاطر فقط ولا على أنه ممارسة لقدرات هذا الناقد العلمية والرياضية.

فقد يعتبر بعض النقاد ان كل ما يصدر عن الجهة الإدارية أو المسئولين هى احداث فوق مستوى النقد.

فوظيفة الناقد الأولى هى الابداع وهذا الابداع لايتحقق الا إذا استخدم الناقد معيار الموضوعية فى التحليل والطرح فالنقد فى جوهره الاساسى هو التصريح بالرأى الآخر ضمن المبادئ والتقاليد والاخلاق الكريمة.

فالذين يعرفون النقد بأنه: ذكر للايجابيات والسلبيات معا فهذا يعتبر خلطا بين وظيفة مدير العلاقات العامة ووظيفة الناقد.

فوظيفة مدير العلاقات العامة هى ابراز معالم الاثر أو المشروع المطروح للمناقشة أو التعليق كما لايجوز مؤاخذته إذا كتب تقريرا يبرز فيه محاسن المشروع الذى صدر عن إدارته لان هذه وظيفته.

لكن الناقد ليس امامه إلا أن يقوم بتوظيف قدراته من أجل التقاط المأخذ وتحليلها بأسلوب بعيد عن التهجم أو التشنج أو التعصب بما يساهم فى عملية البناء والتنوير.

ويجب أن نلاحظ بأن تاريخ الفكر الرياضى يبدأ أو ينتهى عند حدود الابداع والتنظير والتفكير، فالمديح مهما كانت مبرراته لايعتبر ابداعا رياضيا أو تنظيرا فكريا يستحق عليه صاحبه ان يكون فى عداد المفكرين وانما هو نشاز طارئ فى نسيج العملية التاريخية.

ولذلك فإن المؤرخ الأمين يلغى المديح ولايهتم به ويلتفت ويهتم بعرض وتحليل التنظير والتفكير والممارسة الموضوعية فى عمليات البناء والتنوير (١٨ ـ ١٩٠، ١٩١).

هناك كثير من الاحداث الرياضية التى تتطلب ان يكون النقد فى مستوى هذه الأحداث من أجل نهضة رياضية شاملة نقدا لايعرف كيف يمدح أو يجامل؟

ولكنه يعرف كيف يقيم ويقوم ويثمن ويحلل بطريقة بناءة وموضوعية وحتى يمكن ذلك لابد من التعرف على الشروط التى يجب توافرها فى الناقد الرياضى الجيد.

الشروط التى يجب توافرها فى الناقد الرياضى:

(١) الموهبة. (٢) العلم.

(٣) الامانة.

فإن الموهبة التى يفترض انها تتوفر فى كل ناقد رياضى تحتاج بالفعل الى الممارسة الى جانب الهواية.

والسؤال الذى يطرح نفسه: هل يجب ان يكون الناقد الرياضى لاعبا سابقا يتمتع بخبرة الممارسة أو بالامكان التجاوز عن شرط الممارسة وقبول مبدأ اجازة العمل الرياضى للإعلاميين الذين لم يمارسوا اللعب؟

إن الارتباط بشرط الممارسة الرياضية يعنى حرمان الكثير من الصحفيين فى المجال الرياضى عن ممارسة أعمالهم الاعلامية وهذا يتطلب منا أن نتحدث عن الحد الأعلى والحد الأدنى من شروط العمل فى الإعلام الرياضى. وقد يصعب

توافر هذا الشرط فلذا فإنه يمكن قبول الحد الأدنى وهو أن يحمل الناقد موهبة الصحافة وموهبة المتابعة فى المجال الرياضى الذى يود ان يعمل فيه فهذا المؤهل يكفيه للمساهمة والابداع بشكل لايقل عن أولئك الذين مارسوا اللعب أو اللعبات التى يتناولونها بالنقد (٤ ـ ٢١١).

ويفضل ان يكون الصحفى الرياضى ممارسا للعبة أو من خريجى كليات التربية الرياضية لانه اقدر واجدر على فهم القواعد والقوانين الخاصة باللعبة التى ينقدها وكذلك النواحى الفنية والتكتيكية الخاصة بها بما يمكنه من استخدام المصطلحات الخاصة بها بكل دقة وبما يمكنه أيضا من قراءة أفكار الاعبين قبل سلوكهم بما يسهل للقارئ من سهولة متابعة ما يكتب عنها من نقد وبالتالى زيادة الاهتمام بها.

هذا بالاضافة الى توافر بعض الصفات فى الناقد الرياضى التى من خلالها يمكن المساهمة بفاعلية فى توفير المناخ المناسب للنهوض بالرياضة وتطويرها ومن هذه الصفات (١٨ ـ ٢١٤، ٢١٥) ما يلى:

١- ان يكون محبا لهذا العمل متفانيا فيه بمعنى ان يكون لهذا العمل رسالته فى الحياة.

٢- أن يكون إعلاميا موهوبا ورياضيا ملما باللعبة التى يتناولها بالنقد والتحليل إذ انه ليس من المنطق ان يكتب عن لعبة لايعرف فنونها ولا أصولها ولا القوانين التى تنظمها.

٣- ان يكون ملما بتاريخ البلاد الرياضى وتاريخ الألعاب المختلفة من ناحية أخرى يكون ذو دراية بما يكتب وواثقا منه.

٤- ان يسعى الى الانضمام الى الجمعيات الإعلامية الدولية التى توفر له المجال المناسب للاحتكاك وتبادل المعلومات وان يكون عضوا عاملا وايجابيا فيها.

٥- ان يكون متمتعا بموهبة إعلامية ليتمكن من التقاط الأخبار المهمة بسهولة وقادرا على الكتابة الجيدة.

٦- أن يكون أمينا وصادقا وموضوعيا فلا يتحيذ للاعب أو نادى على حساب الاخر.

٧- مساعدة القارئ على فهم دلالة الاخبار وإدراك ما وراء الاخبار.

٨- مساعدة الصحيفة نفسها على الانتفاع بالأخبار الرياضية بحيث تتمشى مع سياسة الصحيفة والسياسة العامة للدولة.

٩- الالتزام بميثاق الشرف الصحفى.

إن ناقدا رياضيا بهذه المواصفات لاتتوقع منه إلا أن يكون مساهما حقيقيا فى عمليات البناء والتطوير الرياضى فى بلادنا فالناقد الرياضى فى حاجة إلى ان يمتهن الإعلام ويفهم الرياضة ويدون هاتين المعرفتين فإنه سيخفق فى هذا الفن الذى أصبح علما له أصوله وقواعده الذى يدرس فى الكليات ليس فى كليات الإعلام والاداب قسم اعلام فحسب ولكن فى كليات التربية الرياضية أيضا*.

حق النقد الرياضى

النقد الرياضى المباح: هو ابداء الرأى فى امر أو عمل رياضى أو موضوع أو قضية رياضية دون المساس بشخصية صاحب هذا الأمر أو العمل أو الموضوع أو القضية وبغير التشهير به أو الحط من كرامته. وعلى ذلك فالنقد الرياضى المباح لايتضمن قذف أو سب أو اهانة لأى شخص أى ليس فيه مساس بشرف الغير أو اعتباره أو سمعته وانما فيه نعى على تصرفه أو عمله أو سلوكه فقط.

فالتفرقة بين الشخص وبين تصرفاته هى التى تحدد دائرة العدوان الذى يعاقب عليه القانون ودائرة النقد الرياضى الذى لا جريمة فيه (٦٦ ـ ٤٠٧)

ولذا يمكن القول بأن النقد الرياضى لايكون مباحا إلا اذا كان بسلامة نية أى يكون خاليا من قصد التشهير والتحقير لأنه حين يخلو منها يكون من النتائج الطبيعية للعيش فى مجتمع حر.

والنقد الرياضى بهذا المفهوم هو تعليق على تصرف أو سلوك وقع فعلا من

* يمكن الرجوع إلى ص ١١٦، ١١٧ من هذا الكتاب.

شخصية رياضية معينة (لاعب ـ حكم ـ مدرب ـ إدارى) أو هو حكم على واقعة ثابتة وصريحة غير منكورة حدثت فى المجال الرياضى.

فاختراع الوقائع المشينة أو مسخ الوقائع الصحيحة التى تحدث فى المجال الرياضى بشىء يجعلها مشينة فان هذا لايعتبر نقدا.

فحق النقد يقوم على خمسة أركان اذا تخلف احدها بطل الاحتجاج به وتعرض مدعيه للمسئولية الجنائية أو المدنية أو كليهما وهذه الأركان (٦٦ ـ ٩ ٠ ٤) هى:

(١) الواقعة الثابتة. (٢) الرأى أو التعليق.

(٣) موضوع يهم الجمهور. (٤) العبارة الملائمة.

(٥) سلامة النية.

أولا: الواقعة الثابتة:

النقد الرياضى هو حكم على واقعة ثابتة وصريحة وغير منكورة حدثت فى المجال الرياضى. فليس من النقد الرياضى أن يخترع الناقد الرياضى الوقائع ثم يعلق عليها وينقدها فإذا كانت الوقائع لا أساس لها فإن الدافع بحق النقد ينهار.

وكذلك ينهار هذا الدافع إذا كانت الوقائع قد مسخت أو شوهت أو لم تذكر كلها بحيث يفسد ذلك معناها وجوهرها.

وليس من النقد الرياضى انشاء أو إعلان واقعة لايجيز القانون انشائها أو إعلانها مطلقا أو لايجيز القانون إنشائها أو إعلانها إلا إذا كانت متعلقة بشريحة أو طائفة معينة من المجتمع الرياضى كاللاعبين أو الجمهور أو الحكام أو أعضاء نادى معين على سبيل المثال، وكانت هذه الواقعة صحيحة.

ويصبح حق النقد الرياضى مطلقا فى الوقائع التى أعلم الجمهور بها بالفعل وصارت فى حوزته سواء تعلقت هذه الوقائع باللاعبين أو المدربين أو الحكام أو غيرهم لان الواقعة متى ما أصبحت مشهورة وكانت متعلقة بمصلحة عامة ووقعت فى حوزة الجمهور أصبح من حقه ان يتدارسها ويقلبها على مختلف وجوهها

ويستخلق منها كل النتائج والفوائد التى يمكن استنتاجها بعد البحث والمناقشة العلنية فيها .

ثانيا: الرأى أو التعليق:

يجب ان يكون الرأى متصلا بالواقعة التى حدثت فى المجال الرياضى والتى يستند عليها هذا الرأى ويؤسس عليها بحيث لاينفصل عنها مطلقا بما يمكن القارئ من تقدير قيمة هذا الموقف .

فإذا ذكر الرأى بدون الواقعة المقررة التى تسنده لم يكن ذلك نقدا والناقد الذى ينحرف عن الصدق كان نقده غير نزيه أما إذا لم يوجد هذا الانحراف أو كان ضئيلا كان النقد مباحا .

مع وجوب الفرص أن يكون لكل ناقد رياضى الحق فى اعتناق الرأى الذى يرضاه مهما كان خاطئا أو مبالغا فيه ولكن بشرط أن يلتزم فى طريقة تعبيره عن رأيه المحدود المعقول للنقد النزيه فإذا تجاوزها حق عليه العقاب عن القذف أو السب الذى وقع منه (للاستذادة يمكن الرجوع إلى الفصل الثامن) .

ثالثا: موضوع يهم الجمهور:

حيث يجب أن يكون الموضوع الذى يعالجه الناقد الرياضى يهم قطاع كبير من الجمهور فلايجوز بحجة النقد التعرض للحياة الخاصة سواء للاعبين أو المدربين أو الحكام أو غيرهم ممن يعملون فى الحقل الرياضى واعتبار أن حياتهم الخاصة امتداد لحياتهم العامة وان هذا لايقبل التجزئة فمثل هذا يخرج النقد الرياضى عن نطاق الحدود التى يجب أن يعمل من خلالها .

رابعا: العبارة الملائمة:

يجب ان يصاغ النقد الرياضى فى صيغة ملائمة أو مناسبة للموضوع بحيث لايخرج عن دائرة الاباحة وخاصة اذا لجأ الناقد الرياضى الى السخرية من الشخص أو العمل أو التصرف الذى ينقده أو إذا استعمل عبارة عنيفة أو قاسية طالما كانت الظروف والوقائع تجعل ذلك معقولا أو مقبولا .

وحق النقد الرياضى كغيره من الحقوق ينتهى عندما يساء استعماله لأنه لايجوز أن يكون هذا النقد مبررا للسب أو التشهير أو التجريح فالنقد الرياضى لايتفق مع الفحش من القول أو الرسم أو الصياغة.

خامسا: سلامة النية:

وحسن النية فى النقد الرياضى يتكون من جزئين:

١- توخى النفع العام أى الرغبة فى إفادة الجمهور بارشاده الى الصواب لتبعية وتنبيهه الى الباطل ليتجنبه وليس اشباعا لباعث شخصى بحت لدى الناقد كالانتقام أو التشفى.

٢- اعتقاد الناقد الرياضى صحة الرأى الذى يبديه لاصحة الواقعة التى يبنى عليها هذا الرأى. فالواقعة يجب ان تكون ثابتة ولايغنى عدم ثبوتها اعتقاد صحتها الا فى بعض الأحوال الاستثنائية التى يكون فيها الناقد الرياضى مع ما بذله من جهد فى التحرى لاثبات هذه الواقعة إلا أنه وقع فى الخطأ واعتقد ثبوتها مع أنها ليست صحيحة.

والأصل من حسن النية يفترض فى الناقد الرياضى أنه استعمل حقه كناقد رياضى لصحيفة أو مجلة معينة متوخيا الغاية التى شرع من أجلها. ولكن لايجوز نفى هذه القرينة باثبات سوء نيته بالفعل ويستفاد سوء النية من كل قرينة اخرى تدل عليها كمحاولة الناقد الرياضى الحصول على مال أو منفعة شخصية ممن ينقده قبيل نشر النقد المزعوم أو فى حالة عدم تناسب عنف العبارات مع الموضوع الذى يجرى عليه النقد أو التعليق.

ومن خلال العرض السابق فاننا يمكننا استخلاص بعض القواعد والاداب التى يجب ان يلتزم بها الناقد الرياضى والتى يمكن ان نطلق عليها اداب النقد الرياضى والتى يمكن وضعها فى النقاط الاتية:

١- أن تكون هناك واقعة ثابتة غير منكورة فليس من النقد أن يختلق الناقد الرياضى الوقائع ثم يعلق عليها وينقدها كذلك يجب الا تكون هذه الوقائع قد مسخت أو شوهت بحيث يفسد ذلك معناها وجوهرها.

٢- يجب أن يكون التعليق متصلا بالواقعة التى يستند إليها ليكون فى ملازمة التعليق والواقعة ما يعين القارئ على تقدير قيمة هذه الواقعة.

٣- يجب ان يصاغ النقد الرياضى صياغة ملائمة للموضوع بعيدة عن المبالغة أو التهويل.

٤- يجب أن يكون الموضوع الذى يعالجه الناقد الرياضى يهم قطاع كبير من الجمهور (جمهور القراء).

٥- توافر حسن النية أى توخى النفع العام أو الرغبة فى افادة الجمهور واعتقاد الناقد الرياضى صحة الرأى الذى يبديه.



الفصل السادس عشر

التحقيق الصحفي الرياضي

- تعريف التحقيق الصحفي الرياضي
- افكار التحقيق الصحفي الرياضي
- مصادر افكار التحقيق الصحفي الرياضي
- خطوات اعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي الرياضي
- صياغة التحقيق الصحفي الرياضي
- قوالب صياغة التحقيق الصحفي الرياضي
- أنواع التحقيق الصحفي الرياضي



الفصل السادس عشر
التحقيق الصحفى الرياضى

تعريف التحقيق الصحفى الرياضى:

التحقيق الصحفى الرياضى هو: عبارة عن تحرى ودراسة وبحث حول فكرة رياضية معينة أو قضية رياضية معينة أو ظاهرة معينة تشغل الجماهير الرياضية فى وقت ما ويدور حولها سلسلة من التساؤلات والاستفهامات التى تحتاج لاجابة والمشكلات الرياضية التى تحتاج إلى حلول من خلال الاستعانة بالمصادر المختلفة لها سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة واجراء سلسلة من اللقاءات مع الاطراف المعنية بها سعيا وراء الوصول إلى حلول أو اجابات لها.

الفكرة التى تصلح تحقيقا صحفيا رياضيا:

إن الفكرة التى تصلح لكى تكون تحقيقا صحفيا رياضيا لابد وان تكون هذه الفكرة تمس قطاع كبير من الجماهير الرياضية وتعبر عن احتياجاتهم واهتماماتهم وان تتسم بالجدة أى تقدم كل ما هو جديد، أو تقوم بمعالجة جديدة ورؤية مختلفة فى حالة إذا كانت هذه الفكرة قديمة (٦٥ ـ ٢٠٤).

مصادر أفكار التحقيق الصحفى الرياضى:

تتعدد المصادر التى يمكن للصحفى الرياضى أن يستقى منها تحقيقاته الصحفية الرياضية نذكر منها:

١- المواد الإعلامية التى يقدمها الإعلام الرياضى.

٢- المشاهدات المختلفة للصحفى الرياضى وتجاربه أو تجارب غيره فى المجال الرياضى.

٣- المباريات والبطولات والدورات والمسابقات المحلية والدولية والأولمبية والقارية أو الظروف الطارئة التى تقتضى توجيه الجمهور نحو هدف معين.

٤- القصص الإنسانية والحالات الشاذة والغريبة التى قد تحدث فى المجال الرياضى.

٥- الدراسات والابحاث والمؤتمرات العلمية التى تجريها كليات التربية الرياضية أو الهيئات البحثية فى المجال الرياضى وكذلك التقارير والنشرات والوثائق التى قد تصدر فى المجال الرياضى.

خطوات إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفى الرياضى:

هناك بعض الخطوات التى يمر بها إعداد وتنفيذ التحقيق الرياضى والتى يجب ان يتبعها المحرر الصحفى الرياضى عند قيامه بذلك (٦٥ ـ ٢٠٥، ٢٠٦) وهى كالتالى:

١- الخطوة الأولى التخطيط:

وهذه الخطوة تمر بعدة مراحل هى:

- تحديد الهدف من الموضوع وحيزه المكانى والزمانى مع دراسة مدى أهمية هذا الهدف للجمهور الرياضى المستهدف ومدى اتفاق هذا الهدف مع السياسة التحريرية للصحيفة الرياضية واتجاهاتها الرياضية.
- اختيار التوقيت المناسب لعمل التحقيق ونشره بما يضمن شد انتباه القارئ المستهدف وعدم انصرافه عن قراءاته أو متابعته.
- عمل دراسة استطلاعية بهدف فهم الموضوع ومعرفة أبعاده وجذوره الرياضية والتاريخية وما سبق ان كتب أو قيل عنه من خلال المصادر الرياضية المختلفة.
- عمل دراسة مبدئية للمصادر الرياضية التى يمكن ان تساعد فى الادلاء بأى معلومات أو اراء تساهم فى نجاح هذا التحقيق.

- وضع الخطة وذلك فى ضوء نتائج الدراسة السابقة هذه الخطة تتضمن الآتى :

* النقاط التى سيتناولها الموضوع بالترتيب.

* المصادر الحية (البشرية) وغير الحية (الصحف ـ الدوريات ـ الكتب) التى يمكن الاستفادة بها فى الادلاء بالمعلومات والاراء حول هذا الموضوع بالترتيب.

٢- الخطوة الثانية التنفيذ:

وذلك من خلال المراحل الاتية :

- جمع المعلومات والوقائع والاراء الرياضية من المصادر المختلفة والتى سبق تحديدها وترتيبها.
- مراجعة ما تم الحصول عليه للتأكد من أنه قد تم فعلا تغطية كل جوانب الموضوع الرياضى والتعرف على كل الآراء التى تدور حوله.
- تحليل ما تم الحصول عليه من معلومات رياضية وتصنيف الاراء وذلك بغية الوصول للنتائج أو الحلول المقترحة.

صياغة التحقيق الصحفى الرياضى:

إن صياغة التحقيق الصحفى الرياضى تمر بمرحلتين (٦٥ ـ ٢٠٧، ٢٠٨) هى :

١- مرحلة إعداد المادة للصياغة.

٢- مرحلة الصياغة نفسها.

- **المرحلة الأولى:** مرحلة إعداد المادة للصياغة تمر أيضا بعدة خطوات وذلك كالتالى :

- فرز المادة التى تم الحصول عليها لاختيار المناسب منها.
- وضع خطة تتضمن عناصر صياغة الموضوع مرتبة حسب أهميتها طبقا لوجهة نظر المحرر الرياضى.

- على ضوء هذه الخطة يتم تصنيف المادة لتوضع كل منها تحت عنصرها .
- يتم جمع آراء المصادر التى تم الاستعانة بها والتى تدور حول نقطة واحدة مع بعضها البعض .

- **المرحلة الثانية:** مرحلة الصياغة نفسها (صياغة التحقيق) تنقسم هذه المرحلة إلى أربعة اجزاء هى :

(١) المقدمة. (٢) الهيكل أو الصلب .

(٣) الخاتمة. (٤) العناوين الرئيسية .

أ- المقدمة:

يجب ان تكون مشوقة وجذابة بحيث تشد انتباه القارئ وتجعله يقدم على القراءة وتقدم له فكرة عن الموضوع ولكنها لاتلخص الموضوع حتى لايكتفى القارئ بقراءتها وهى بالتالى لاتزيد عن فقرتين أو ثلاثة ونجاح المحرر الرياضى فى كتابتها يتوقف عليه نجاحه فى صياغة الموضوع كله .

ب- الهيكل:

ينقسم الهيكل الى مجموعة من الفقرات كل فقرة تتضمن فكرة أو عنصر من عناصر التحقيق وعند صياغته يجب على المحرر الرياضى ان يراعى الاتى :

* البدء بالفقرة الأكثر أهمية فالأهم فالمهم وهكذا .
* التسلسل المنطقى للفقرات بحيث تقود كل فقرة للاخرى حتى لايرهق القارئ فى متابعة قراءة هذا التحقيق .
* الاعتماد على الجمل القصيرة وتجنب استخدام الجمل الطويلة وتجنب الافراط فى استخدام الجمل الاعتراضية .
* يمكن الاستعانة ببعض عبارات المصادر التى تحدثت فى الموضوع ويكون ضروريا فى حالة عرض رأى لهذه المصادر بما يضفى الحيوية على التحقيق .
* تجنب ان تبدأ كل فقرة بكلمه (يقول فلان. . . .) لان هذا يقضى على

الهدف من هذه الفقرة ويجعل التحقيق فى صورة رتيبة مملة قد ينصرف القارئ عن قراءتها.

* يتم عرض الحقائق بصورة صادقة وكاملة وهذا يتطلب تقديم الشواهد والبراهين مع كل عنصر وتقديم الأمثلة المدعمة بالارقام والاحصائيات التى تؤكد هذا العنصر.

جـ- الخاتمة:

وهى نهاية التحقيق يقوم فيها المحرر الرياضى بتقديم تلخيص ما انتهى إليه هذا التحقيق من نتائج قد تتمثل فى حلول أو اجابات أو اقتراحات بحيث لا تزيد الخاتمة عن فقرتين وتنتهى بعبارة قوية تمس جوهر التحقيق.

- العناوين الرئيسية:

يمكن الرجوع إليها فى الفصل الحادى عشر فقد سبق الحديث عنها.

قوالب صياغة التحقيق الصحفى الرياضى:

هناك بعض القوالب التى يمكن ان يصاغ من خلالها التحقيق الصحفى الرياضى (٦٥ ـ ٢٠٩) نذكر منها:

١- قالب العرض: ويتم من خلاله عرض كل جوانب المشكلة الرياضية وأبعادها المختلفة.

٢- قالب القصة: هذا النوع يتناسب مع التحقيقات التى تتناول وقائع رياضية متسلسلة الاحداث.

٣- قالب الوصف: حيث يتم تناول حادثة معينة فى المجال الرياضى كأحداث العنف التى تقع فى الملاعب الرياضية.

٤- قالب الاعتراف: ويكون مع مرتكبى احداث العنف فى الملاعب سواء كانوا من اللاعبين أو الجمهور أو المدربين ويعترف من خلاله عن مسئوليته فى هذه الاحداث.

وليس معنى عرض هذه النماذج من قوالب صياغة التحقيق الصحفى الرياضى أنه لابد وأن يلتزم بها المحرر الصحفى الرياضى فهذه القوالب ليست جامدة أو ثابتة بل هناك مجالا كبيرا للابتكار والتجديد .

أنواع التحقيق الصحفى الرياضى:

هناك نوعان أساسيان للتحقيق الصحفى الرياضى (٦٥ ـ ٢١٠، ٢١١) هما:

١- التحقيق الصحفى الرياضى المفصل أو الطويل:

هذا النوع من التحقيق يعتمد اساسا على الكلمة حيث تكون الكلمة هى الاساس تصاحبها المواد المصورة (صورة فوتوغرافية ـ رسوم ـ اشكال توضيحية) ويقوم المحرر الرياضى بالالتقاء بالمصادر المختلفة وقراءة الوثائق الرياضية والاستعانة بكل وجهات النظر والاراء الرياضية المؤيدة والمخالفة لوجهة نظر المحرر الرياضى. وقد يستعين فى تحليله وتفسيره بالحاسبات الاليكترونية التى تعطى البيانات مصنفه مجدوله جاهزة للتحليل .

وحتى يمكن للمحرر الصحفى الرياضى من القيام باجراء تحقيق صحفى رياضى ناجح لابد من الاستعانة بأدوات جمع البيانات الخاصة بمناهج البحث العلمى الاجتماعى وتقنياته الحديثة فى التخطيط للتحرك الصحفى وفى جمع المادة الصحفية الرياضية وتصنيعها وتحليلها للوصول إلى استخلاصات منها على سبيل المثال:

الملاحظة بالمشاركة والتجربة الميدانية والدراسة المنظمة للوثائق واستقصاء الرأى العام معتمدا فى ذلك على تطبيق بعض معايير أو سمات المنهج العلمى: كالقياس الكلى للظاهرات وفرض الفروض واختبارها وقياس الثبات والصدق والاستنتاج السببى وخطوات معالجة البيانات وغير ذلك من المعايير العلمية .

٢- التحقق الصحفى المصور:

هذا النوع من التحقيق يعتمد على الصورة الفوتوغرافية كعنصر اساسى وتكون الكلمة هنا عاملا مساعدا أو معضدا للصورة وكثيرا ما تخصص الصحافة الرياضية لهذا النوع من التحقيقات مساحات كبيرة على صفحاتها .

وتقوم فكرة هذا النوع من التحقيقات الصحفية الرياضية على ان الصورة أكثر واقعية وصدقا من الكلمات مهما ان كثرت أو طالت بل كثيرا من الصحفيين ينشرونها بدون تعليق لكن فى التحقيقات الصحفية لابد وأن تكون الكلمات مصاحبة لها حتى يمكن ان يطلق عليه تحقيق صحفى .

خطوات تحرير التحقيق الصحفى الرياضى:

١- اختيار فكرة الموضوع الذى يدور حوله التحقيق الرياضى ثم بلورته .

٢- مراجعة الفكرة وتحديدها بدقة .

٣- جمع الخلفيات اللازمة حولها من بيانات مكتوبة ومواد مصورة ومرسومة من قسم المعلومات .

٤- جمع المعلومات المكتوبة بواسطة المحرر الرياضى نفسه أوفريق المحررين .

٥- جمع المعلومات المصورة بواسطة المصور وكذلك تجهيز المواد المرسومة المناسبة .

٦- المراجعة والاستكمال للمعلومات ميدانيا ومكتبيا .

٧- البناء الفنى للتحقيق الصحفى الرياضى .

٨- صياغة أو تحرير التحقيق الصحفى الرياضى .

٩- المراجعة اللغوية والمعلوماتية والقانونية والاسلوبية لما تم تحريره من تحقيق صحفى رياضى .

١٠- إعادة الصياغة والتقييم وتحديد أولوية النشر .



الفصل السابع عشر

التقرير الصحفي الرياضي

- مفهوم التقرير الصحفى الرياضى
- الفرق بين التقرير الصحفى الرياضى والخبر الرياضى
- الفرق بين التقرير الصحفى الرياضى والتحقيق الصحفى الرياضى
- تحرير التقرير الصحفى الرياضى
- أنواع التقرير الصحفى الرياضى



الفصل السابع عشر
التقرير الصحفى الرياضى

مفهوم التقرير الصحفى الرياضى:

التقرير الصحفى الرياضى هو احد اشكال أو فنون التحرير الصحفى للصحافة الرياضية التى تعمل من خلاله على امداد القارئ بالمعلومات الرياضية الحديثة التى تتعلق ببعض الاشخاص الرياضيين أو بعض الاحداث الرياضية ويكون لها مغزى معين.

ولقد أصبح التقرير الصحفى الرياضى بأنواعه المختلفة أحد الاشكال الصحفية الرئيسية فى الصحافة الرياضية لأنه فن يعمل على نقل صورة كاملة للاحداث الرياضية الجارية عن طريق الوصف المنطقى والموضوعى لهذه الأحداث (٦٥-١٣٥).

كذلك من خلاله يستطيع المحرر الرياضى أن ينقل للقارئ خبراته الذاتية التى قد تفيد القارئ فى حياته الخاصة أو يمكن من خلاله أيضا عرض صورة لشخصية رياضية محببة الى نفوس القراء حيث يتعرف من خلالها على التاريخ الرياضى لهذه الشخصية والخبرات التى اكتسبها من خلال عمله بالمجال الرياضى.

والتقرير الصحفى الرياضى غالبا ما يهتم بوصف المباريات أو المنافسات الرياضية التى تقع ما بين الفرق الرياضية فى الألعاب الجماعية أو ما بين اللاعبين وبعضهم فى حالة الألعاب الفردية وهذه المباريات أو المنافسات هى محور المجال الرياضى.

لذلك لابد للمحرر الرياضى وهو فى مرحلة إعداد التقرير الصحفى الرياضى

أن يعمل على الحصول على كافة المعلومات عن الفرق المنافسة أو اللاعبين المنافسين مثل متى يبدأ اللعب؟ وأين؟ وتشكيل كل فريق فى حالة المنافسة بين فريقين وعليه أيضا قبل بداية المباراة أن يتأكد عما اذا كان قد حدث تغيير فى اللاعبين أو فى مواقعهم حتى يمكنه ان يتابع بعد ذلك المباراة فى دقة وسهولة.

والتقرير الصحفى الرياضى يقوم على التتبع الحرفى لأحداث المباراة أو المنافسة مع التركيز على الوقائع البارزة فيها ثم تحليل جوانبها المختلفة وهو يهتم أيضا بوصف جو المباراة أو المنافسة ورد فعل الجمهور تجاه سير اللعب وتجاه النتيجة والتقرير الصحفى الرياضى يجب ان يجسد للقارئ روح المباراة حتى تكتسب المعلومات الواردة فى التقرير الصحفى نبضها الحى فالمعلومات الباردة كما يصفها فاروق أبو زيد (١٩٩٣) تقتل التقرير الصحفى الرياضى ولاتجذب القارئ الى تكملة قراءته.

ومن خلال العرض السابق يمكن تعريف التقرير الصحفى الرياضى بأنه:

شكل من أشكال الصحافة الرياضية يقع ما بين الخبر الرياضى والتحقيق الصحفى الرياضى.

وحتى يمكن ايضاح مفهوم التقرير الصحفى الرياضى فى ذهن القارئ لابد من ايضاح الفرق بينه وبين كل من الخبر الرياضى والتحقيق الصحفى الرياضى.

الفرق بين التقرير الصحفى الرياضى والخبر الرياضى:

- فى الخبر لايظهر محرره حتى لا يفقد موضوعيته بينما فى التقرير يفضل أن تكون شخصية المحرر واضحة وبارزة من خلال نقله للاحداث المهمة ويكون ذلك مدعما باَرائه وانطباعاته الشخصية.
- يركز الخبر على نقل الحدث فقط فى حين أن التقرير الصحفى يتوسع فى سرد التفاصيل وذلك من خلال ملاحظة المحرر لبعض الجوانب نذكر منها:

  * الظروف التى ادت إلى وقوع هذا الحدث الرياضى.

  * الاشخاص الذين كان لهم دورا فى هذا الحدث.

* تقديم مزيدا من التفاصيل الجانبية عن هذا الحدث الرياضى وهى تفاصيل قد لا تكون ضرورية إذا اقتصر على نشر الحدث كخبر رياضى فقط (٥٦ ـ ١٣٦).

كما ان هناك مجموعة من التساؤلات يحب قراء الصحافة الرياضية الاجابة عليها لايستطيع الخبر الاجابة عليها فمثلا: القارئ الرياضى يكون فى شوق لمعرفة لماذا لم يحرز الفريق عدد أكبر من الاهداف ولماذا لم يتم تبديل لاعب معين مع انه كان فى غير حالته؟ وسبب عدم اشتراك لاعب آخر فى المباراة هل للاصابة أم هناك ظروف خاصة؟ وكذلك يريدوا ان يعرفوا لماذا الغى حكم المباراة الهدف الذى احرزه أحد الفريقين؟ ولماذا قام الحكم بانذار اللاعب؟ وغير ذلك من الاسئلة التى يريد القارئ الاجابة عليها وهذا يتطلب من المحرر أن تكون لديه قوة الملاحظة والكياسة وأن يكون متحدث جيد لديه القدرة على الكتابة بأسلوب سهل بسيط (٥٨ ـ ١٦٦).

الفرق بين التقرير الصحفى الرياضى والتحقيق الصحفى الرياضى:

- يتميز التحقيق الصحفى الرياضى بأن لدى المحرر فترة كافية لإعداده فى حين أن محرر التقرير يكون عامل الوقت ضده وهذا يعطى الفرصة لمحرر التحقيق فى التعمق والبحث والتنقيب والتحرى عن الحقائق والمعلومات الرياضية من مصادرها المختلفة وتقديم موضوع جيد مدعم بأراء المسئولين واطراف الحدث أو الواقعة فى حين أن محرر التقرير يكتفى بتقديم صورة سريعة للحدث الرياضى أو التركيز على أحد جوانب هذا الحدث.
- كما أن التقرير الصحفى الرياضى له أهداف واغراض صحفية تختلف عن أهداف وأغراض التحقيق الصحفى الرياضى فالتقرير يهدف الى نقل صورة كاملة للأحداث الرياضية من خلال جمع أكبر كم من المعلومات والحقائق الرياضية فى أقل قدر ممكن من العبارات فى حين أن التحقيق الصحفى الرياضى يهدف الى شرح وتفسير الاحداث الرياضية والتعليق عليها فى محاولة للفت نظر القارئ إلى أهمية الموضوع من خلال دعمه بالاحصائيات والأرقام والبيانات الرياضية.

وعلى الرغم من هذا الاختلاف الذى بين كل من التقرير الصحفى الرياضى والتحقيق الصحفى الرياضى إلا أن هناك بعض النقاط التى يتفقان فيها والتى أشار إليها فاروق أبو زيد (١٩٩٠) وذلك كالتالى:

أ- أنه قد يتضمن كل منهما بقية الفنون والاشكال الصحفية الاخرى كالخبر والتعليق والصور والرسوم.

ب- كل منها قد يكتفى بالاجابة على احدى الشقيقات الستة وهى لماذا؟

جـ- أن كل منهما يظهر ويكشف عن شخصية محرره.

د- كل منهما ليس مطالبا بالتعبير عن السياسة التحريرية للصحيفة الرياضية وان كان مطالبا بالا يتعارض معها.

هـ- كل منهما يقوم برسم صورة واقعية للرياضة فى كل مجالاتها ولايقوم على الخيال أو التضليل.

تحرير التقرير الصحفى الرياضى:

يقوم تحرير التقرير الصحفى الرياضى على قالب الهرم المعتدل أى أنه ينقسم إلى ثلاثة اجزاء هى:

المقدمة ـ الجسم أو المتن ـ الخاتمة. ورغم تعدد أنواع التقرير إلا أنها جميعا تتميز بوجود الاجزاء الثلاثة (٥٨ ـ ٨٣، ٨٤) والتى يمكن تناولها بالشرح وذلك كالتالى:

أ- مقدمة التقرير:

فى هذه المقدمة يبحث المحرر الرياضى فيها عن مدخل يجذب من خلاله انتباه القارئ للموضوع عن طريق وضع معلومة أو واقعة هامة فى المباراة تجعل القارئ فى شوق لقراءة التقرير إلى نهايته وتكون مدخل للبناء الفنى لهذا التقرير وقد تضم المقدمة نتيجة المباراة واسم الفريق الفائز واسماء اللاعبين الذين حققوا الاهداف.

مثال ذلك: «سجل أحمد الصغير نجم الفريق الاسماعيلى هدف المباراة الوحيد

فى مرمى النادى الأهلى فى آخر ربع ساعة من مباراة الأمس وبذلك كسب النادى الاسماعيلى كأس مصر لأول مرة فى تاريخه».

ومثال آخر: «أخيرا فاز الاسماعيلى بكأس مصر لأول مرة فى تاريخه بعد ما توقع الكثيرون خروجه من البطولة صفر اليدين وبهذا توج النادى الاسماعيلى بطلاً للكأس بفوزه على النادى الأهلى أمس ١/ صفر فى مباراة مثيرة».

ب- جسم التقرير:

من خلاله يحاول المحرر الرياضى أن يبرز أهم احداث المباراة ويوضح للقارئ مالم يحط به علما من معلومات رياضية لها دلالاتها وتكون ذات أهمية جوهرية تدعم الموضوع الذى يتناوله هذا التقرير.

ومن خلاله أيضا يقوم المحرر الرياضى بشرح طريقة اللعب والخطط التى التزم بها الفريقين ووصف دقيق للاهداف أو النقاط التى تم احرازها ورد فعل الجمهور فى المدرجات تجاه ما يحدث فى الملعب أى وصف لأهم الأحداث التى تقع فى المدرجات من جمهور المتفرجين.

ويرى فاروق أبو زيد (١٩٩٣) أن جسم التقرير الصحفى يجب أن يحتوى على العناصر التالية:

١- عدد أهداف أو نقاط المباراة ونصيب كل فريق منها.

٢- كيف جاءت هذه الأهداف أو تلك النقاط.

٣- المقارنة بين اداء الفريقين المتنافسين على أن تشمل المقارنة نقاط الضعف والقوة فى كل منهما.

٤- نجوم المباراة سواء ممن احرزوا الأهداف أو ساهموا فى احرازها أو كان لهم دور مؤثر فى سير احداث المباراة لصالح فريقهم أو قيادتها.

٥- حالة الجو الذى جرت فيه المباراة حار أم بارد. ممطر أم صحو وهل كان له تأثير على سير احداث المباراة أو على نتيجتها.

٦- انفعالات الجمهور فى المدرجات وخاصة جمهور الفريقين وردود افعالهم تجاه أحداث المباراة.

٧- الحالة النفسية التى سيطرت على اللاعبين فى الفريقين أثناء ادائهم للمباراة هل جرت فى جو من الهدوء أم من التوتر وهل حدثت تجاوزات من اللاعبين أو المتفرجين أم لا؟ أو بمعنى آخر التعبير عن «روح المباراة».

٨- صراع الدقائق الاخيرة من المباراة وكيف انهى كل فريق المباراة.

٩- النتائج التى ترتبت على المباراة وأثرها على مستقبل كل فريق وعلى المسابقة كلها كالفوز بهذه المسابقة أو ضياعها أو الصعود الى الدرجة الأرقى أو الهبوط إلى درجة ادنى وغير ذلك من النتائج.

١٠- المعلومات السابقة أو الخلفية للمباراة. هل هى المبارة الأولى بين الفريقين أم الثانية أم. . . .؟ وما نتائج المباريات السابقة بينهما وغير ذلك من المعلومات التى تلقى الضوء على كل من الفريقين.

العرض السابق يوضح العناصر التى يجب ان يتضمنها جسم التقرير الصحفى الرياضى وقد يخصص المحرر الرياضى فقرة مستقلة فى جسم التقرير لكل عنصر منها وقد يمزج أكثر من عنصر منها فى فقرة واحدة وهذا يتوقف على طبيعة المباراة ورؤية المحرر الرياضى لها وخبرته فى كتابة هذا النوع من الاشكال الصحفية والتى تتميز بها الصحافة الرياضية.

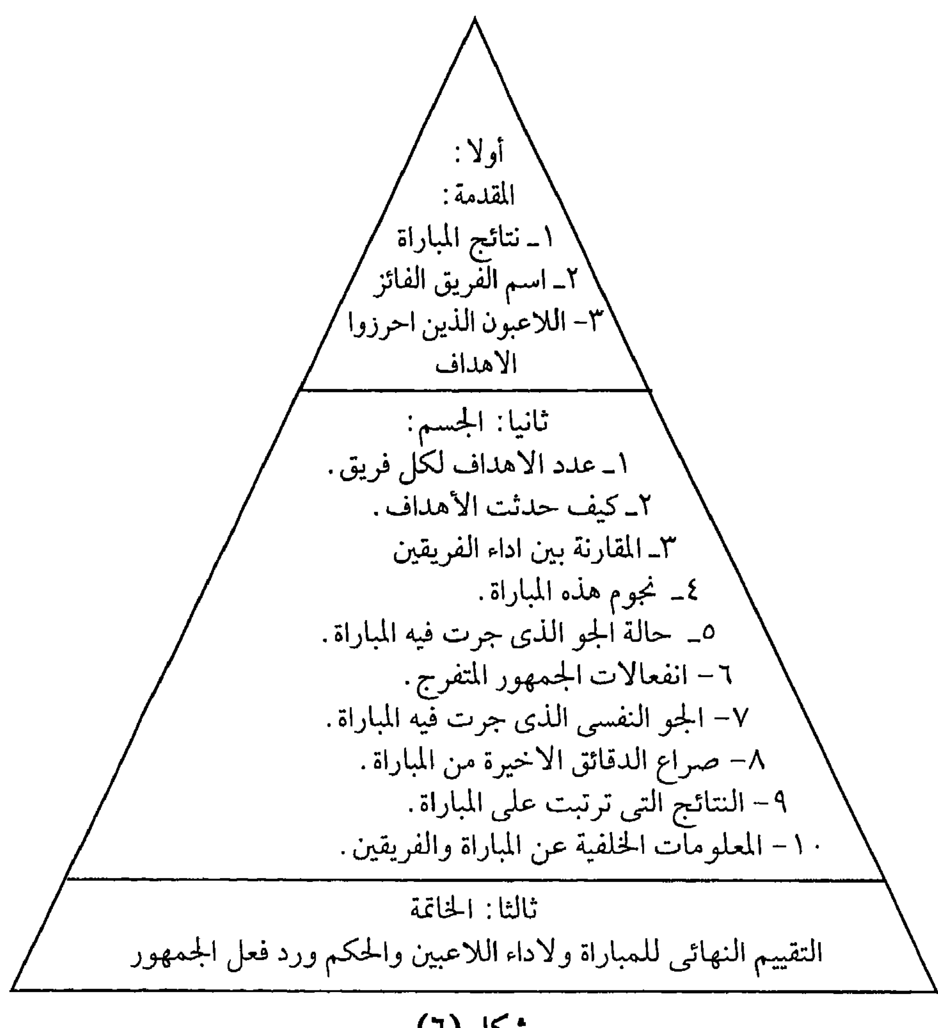
مع مراعاة أن يتأكد المحرر الرياضى من أن عدد الأهداف التى أوردها فى جسم التقرير تكون مطابقة لعدد الأهداف التى ذكرها فى المقدمة مع بيان توقيت احراز كل هدف من هذه الاهداف.

جـ- خاتمة التقرير:

تعتبر الخاتمة هى اخر جزء فى التقرير وغالبا ما تتضمن عرض سريع للنتائج النهائية التى أسفرت عنها الأحداث الرياضية فى المباراة مع تقييم المحرر لموضوع التقرير كتقييمه لاداء اللاعبين والحكام وسلوك المتفرجين ويمكن ان يأخذ هذا

التقييم شكل درجات رقمية تعطى للاعبين الذين اشتركوا فى المباراة من عشرة فبذلك تعد تلخيصا سريعا ومباشرا لرأى المحرر الرياضى فى المباراة ويستوعبها القارئ بوضوح.

والشكل التالى يوضح اجزاء التقرير الصحفى الرياضى فى قالب هرمى معتدل (٥٧ _ ٨٥).



شكل (٦)

يوضح اجزاء التقرير الصحفى الرياضى فى قالب هرمى معتدل

أنواع التقرير الصحفى الرياضى:

للتقرير الصحفى الرياضى ثلاث أنواع هى :

١- التقرير الاخبارى:

هذا النوع من التقارير يهتم بتغطية الأحداث الرياضية اليومية من خلال عرض هذه الاحداث وتقديم تفسير لها .

٢- تقرير الشخصية:

هذا التقرير يقوم على الرسم المتقن لشخصية رياضية عامة ومشهورة والتى كان لها دور فى صنع الاحداث الرياضية اليومية وذلك من خلال تقديمه للقراء ثم ذكر مقتطفات من حياته الرياضية وسرد لتاريخه الرياضى وما تخلله من بطولات وانجازات على المستوى المحلى والدولى .

٣- التقرير الحى:

يقوم هذا النوع من التقرير على الأخبار الرياضية الجادة ويهتم بنقل هذه الاخبار بصورة واقعية وصادقة أكثر من اهتمامه بتقديم تفسير أو تحليل لها ، ويعتبر التقرير الحى هو أكثر التقارير الصحفية استخداما فى الصحافة الرياضية .

الفصل الثامن عشر

الصورة الصحفية الرياضية

- خصائص الصورة الصحفية الرياضية
- الصورة الصحفية الكاريكاتيرية
- وظيفة رسام الكاريكاتير فى الصحافة الرياضية
- رسائل القراء



الفصل الثامن عشر
الصورة الصحفية

أصبحت الصورة الصحفية تتمتع بمكانة كبيرة بين الفنون الصحفية المختلفة حيث اعتبرها البعض وسيلة اتصال كغيرها من الوسائل لها تاريخها ولها طابعها ولها استخداماتها فى المجالات الإعلامية المختلفة.

والصورة الصحفية تشتمل على الصورة الفوتوغرافية والرسوم البيانية والخرائط والكاريكاتير. وتتميز الصورة الصحفية بعدة خصائص فريدة على المستوى الاتصالى العام.

خصائص الصورة الصحفية الرياضية:

للصورة الصحفية عدة خصائصها نذكر منها:

١ – سرعة أكبر فى لفت أنظار القراء:

إن الصورة الصحفية النموذجية تنجح قبل غيرها من مواد الصحيفة أو من عناصرها الطباعية أو التيبوغرافية فى لفت أنظار القراء إليها وتجذبهم نحوها بكل ما توافر لها باستثناء عنوان الصفحة الرئيسى ـ المانشيت ـ وباستثناء بعض العناوين الاخرى ذات الأهمية النسبية فان الصورة لايكاد ينافسها فى ذلك منافس وخاصة لبعض الصفحات الداخلية وبعض الزوايا والاركان ولاسيما صفحات المجلة استنادا ما يرتبط بصورها من عوامل جذب اخبارية أو جمالية أو ما يرتبط بعنصر الشهرة (٧٨ ـ ١١٥، ١١٦).

ان الصورة الصحفية الموجودة على غلاف احدى المجلات الرياضية قد لاتجد منافسه من أى مادة صحفية اخرى وبما تتميز به من عناوين رئيسية وبما تحويه من عناصر لجذب القارئ.

كما أن الصورة الصحفية الرياضية تقوم بترجيح كفة مادة تحريرية على اخرى من حيث اجتذاب عين القارئ إليها وبالتالى زيادة فرص المقروئية المتاحة امام هذه المواد قبل ان تتاح لغيرها .

٢- سرعة أكبر فى الفهم وامكانية التأثير:

ان خصائص الصورة الصحفية الرياضية لايقف عند حد لفت انظار القراء إليها ولكنه يؤدى إلى سرعة أكبر وسهولة فى الوصول الى ذلك الشيء أو ذلك العنصر أو هذه الفكرة أو ذلك العمل الذى يريد المصور قوله من خلال صورة بالذات .

فلاشك أن الصورة الجذابة اللافتة للانظار اذا اتبعت ذلك بوضوح فى تفاصيلها وبساطة فى مضمونها واستراحة فى جوانبها فإن ذلك يكون أكثر مدعاة لفهمها أو لفهم ما يقوله مصدرها، وبل ويكون أكثر سرعة فى الوصول الى عقل القارئ بدلا من قراءة المقال كله فالصورة الصحفية الرياضية تقوم بهذه المهمة .

وهذا يتناسب مع هؤلاء الذين تعوذهم الفرص الكاملة للقراءة والاطلاع أو تحول شواغلهم دون ذلك أو يكون هؤلاء من الذين ينفذ صبرهم سريعا أو من انصاف القارئين .

٣- قاعدة أكبر من المتأثرين:

ولان الصورة تتيح لأكبر عدد من الجمهور رؤيتها أو مشاهدتها والتى تجعل منها لغة عالمية أو تجعل فهم خطوطها وجزئياتها ومضمونها كله شيئا متاحا لأكبر عدد من المشاهدين وفقا لذلك فإنها عندما تعمد الى التأثير فإن اثرها فى هذه الحالة عندما يقع يمتد طولا وعرضا عند قطاعات عديدة من الناس يصل إليهم فى مختلف الأماكن والمواقع ومن مختلف المراحل السنية والمستويات الثقافية والاجتماعية بحيث نجد انفسنا فى النهاية امام قاعدة كبيرة من القراء والمشاهدين أو أنصاف القراء (٧٨ _ ١١٨) .

٤- تأثير أكثر عمقا:

إن الصورة الصحفية الرياضية بكل ما يتاح لها من وسائل الذيوع والانتشار والالتقاط والاعداد والنقل والبث والمعالجة والنشر والفرص تكاد تكون هى صيحة العصر التى تقوم باجتذاب الجمهور انطلاقا من خصائصها العديدة ليست فقط قاعدة أكبر من المتأثرين وانما زيادة فى فرص التأثير الايجابى أو الذى يتوجه فى رحلته داخل عقل الانسان وفى فكره الى أماكن أكثر عمقا قد لاتتمكن الاشكال أو الفنون الصحفية الاخرى من الوصول الى مستواها أو مداها فى معظم الاحوال (٧٨ ـ ١١٨، ١١٩).

الصورة الصحفية الرياضية تكون أكثر دقة فى الوصول الى مضمون الرسالة الإعلامية إلى عقل القارئ قد تعجز الكلمات عن تحقيق ذلك ولاسيما فى الموضوعات المتصلة بالحوادث الهامة كحوادث العنف التى تحدث داخل الملاعب.

فتستطيع الصورة الصحفية أن تحدث تأثيرا يفوق فى حجمه وعمقه تأثير أى من الاشكال الصحفية الاخرى خاصة عندما يستند هذا التأثير الى أسباب حقيقية وموضوعية ولعل نظرة واحدة الى صورة احداث العنف أو الشغب التى تحدث فى الملاعب الرياضية والتى توضح حجم الخسائر الناجمة عن هذه الاحداث.

لنؤكد بما لايدع مجالا إلى الشك عظم هذا التأثير الذى تحدثه الصورة الصحفية.

٥- خصائص من زاوية زمنية:

ان الصورة الصحفية أكثر ثباتا فى اذهان القراء لأنها بما يتاح لها من عناصر حديثة وانسانية وبمخاطبتها لبعض غرائز الإنسان كحب الاستطلاع وحب البقاء ولمشاعر الخوف والقلق وبكل ما لها من خصائص الجاذبية وكذا بواقعيتها وسخونتها كل ذلك يجعل منها أكثر مدعاة لان تستقر فى ذاكرة القراء، وان تحفر فى مخيلتهم، كصورة اعتداء لاعب على حكم مباراة أو اعتداء لاعب على مدربه لاعتراضه على خروجه من الملعب واستبداله بلاعب آخر. بعض هذه

الصور يحتفظ بها القارئ فى ذاكرته طوال عمره حتى عندما يشاهدها وهو صغير وربما قبل ان يعرف القراءة. أنها الذاكرة الفوتوغرافية.

هذا بالاضافة الى بعض الخصائص الاخرى (٧٨ ـ ١١٨، ١١٩) والتى منها:

- مساعدة الصحيفة أو المجلة على القيام بدور الراصد أو المسجل الامين للأحداث وتعريف الجمهور بها.
- دعم ما يريد المحرر قوله وتأكيده واثبات صحته أو عدم صحته.
- اضافة الجديد الذى يمثل قيمة اخرى عن طريق التسجيل الصادق والدقيق الى المادة التحريرية أو النص التحريرى.
- أضافة تفصيلات جديدة عن طريق الخطوط والألوان ومحتوى الصورة والصور المصاحبة الى هذه المادة.
- التركيز على الجوانب المهمة والاساسية والمؤثرة من جوانب الاحداث أو القضية أو التحقيق قد يصعب تحقيق ذلك بواسطة الكلمات بنفس الدرجة.
- تسجيل جوانب بعينها أو لحظات بعينها لم يلتفت إليها المحرر فى زحمة العمل وهو ما يمكن للعدسة تسجيله.
- اعطاء الفرص للكتاب والمحررين من أجل النقد والتعليق والتحليل لهذا الجانب الذى تسجله الصورة على اساس واقعى يقدم للقارئ مادة التعليق وأسبابه ثم التعليق نفسه.

الصورة الصحفية الكاريكاتيرية:

إذا كانت الصورة الصحفية الفوتوغرافية تقوم بدور الراصد الأمين للأحداث فإن الكاريكاتير أو الكاريكاتور (الصورة الصحفية الكاريكاتيرية) تعكس شخصية الفنان الذى يعبر عن رأيه فى هذه الاحداث بصورة ساخرة باعتبار أن الكاريكاتور هو أحد أشكال الرسوم الساخرة ويملك قدرة كبيرة على اعطاء تأثيرات جمالية

وفكاهية للاخبار والموضوعات والاحداث التى تقع فى المجال الرياضى وبالتالى يمكن له من توجيه الرأى العام فى أى مجال من مجالات الحياة وليس المجال الرياضى فحسب (٢٦ ـ ٢٢).

وظائف الكاريكاتير أو الكاريكاتور فى الصحافة الرياضية:

للكاريكاتور عدة وظائف فى الصحافة الرياضية نذكر منها:

١- تصوير الواقع الرياضى فى أى مجتمع.

٢- يعبر عن هموم المجتمع الرياضى.

٣- يدعو إلى التغيير إذا تطلب هذا فى المجتمع الرياضى.

٤- يجعل القراء يفكرون ويضحكون فيما يصوره لهم من احداث رياضية.

٥- النقد بالاشارة إلى الأشياء التى يمكن ان تؤدى بشكل أفضل أو بشكل مختلفة.

وظيفة رسام الكاريكاتور فى الصحافة الرياضية:

١- أن يجعل الجمهور يفكر فيما يطرحه لهم من موضوعات وقضايا رياضية معاصرة بل يتوقف نجاحه على قدرته على جعل هذا الجمهور يفكر فى هذه القضايا وتلك الموضوعات.

٢- يسعى الى محاولة تغيير افكار جمهور القراء عن بعض الظواهر التى قد تتعارض والهدف من الرياضة كظاهرة التعصب مثلا.

٣- أن يدير حوارا بين الجمهور فى الأحداث الرياضية المعاصرة لان هذا عمله الاساسى ووظيفته الأولى.

٤- ان يبُسط أى قضية رياضية إلى الحد الذى يصبح فيه اسلوب الرسالة مفهوما يهدف الحصول على تأييد أو معارضة الجمهور لها بشكل يكفى لمناقشتها ثانيا (٦٥ ـ ٢١٩).

رسائل القراء:

الصحيفة الناجحة هى التى تهتم بقياس الرأى العام وتعتبر رسائل القراء خير وسيلة للقيام بهذا الدور حيث أنها تعكس صورة الرأى العام فى أى مجال من محاولات الحياة وبالتالى يمكن التعرف على اتجاهات الرأى العام فى المجال الرياضى وذلك فى مختلف الموضوعات والقضايا الرياضية المطروحة.

ومن هنا يمكن للصحافة الرياضية أن تلتقط زاويا هامة يمكن للمحررين الرياضيين من التحرك فى نطاقها كما يمكن لها من التعرف على نبض الشارع الرياضى تجاه هذه القضايا ورؤيته فى معالجتها فرسائل القراء تعد بمثابة مرآة للرأى العام.

ونتيجة لهذا الدور الذى يمكن لرسائل القراء ان تلعبه فقد خصصت الصحافة الرياضية لها صفحات كاملة أو على الأقل جعلت لها ركن ثابت يحتل أكثر من عمود داخل صفحاتها لكى تؤدى وظيفة هامة من وظائفها باعتبار ان رسائل القراء احدى وسائل الاتصال بالجماهير.

فرسائل القراء تتيح أيضا الفرصة للقراء للرد على المقالات الافتتاحية أوالتعليق على المواد الاخبارية أو الاستقصائية الرياضية وقد تحمل الرسالة تعليقا أو رأيا شخصيا أو اثارة لقضية رياضية عامة أو حتى مشكلة شخصية للقارئ.

وتقديرا للدور الذى يمكن ان تلعبه رسائل القراء تجاه المجتمع الرياضى يجد هذا الباب فى الصحافة الرياضية اقبالا كبيرا من الجمهور حيث يصل يوميا الى الصحافة الرياضية كم هائل من هذه الرسائل ولهذا يلجأ المحرر الرياضى المختص برسائل القراء الى قراءة هذه الرسائل وفحصها وفرزها وتصنيفها ونشر ما يستحق منها بعد تلخيصه أو اختصاره أو نشره كاملا بتوقيع صاحبه ونشر الرسالة يخضع لعدة معايير منها: موضوعها أو مصدرها.

وترفض الصحافة الرياضية نشر الرسائل المجهولة التى لاتحمل توقيعا لكن بناء على طلب صاحب الرسالة ولظروف خاصة قد تنشرها بدون توقيع.

كما أن الصحافة الرياضية يجب عليها أن تراعى عدم نشر رسائل قد تعرضها لأى مساءلة قانونية قد تحوى سبا أو قذفا أو اهانة لأى اشخاص فى الوسط الرياضى.

وكثيرا ما تقوم الصحافة الرياضية بعملية تحليل يومى لمضمون رسائل القراء ويشمل ذلك أيضا الرسائل التى ترد إلى جميع اقسامها وكتابها ومحرريها وتحصل من خلال ذلك على تقرير يومى عن مقروئية الجمهور لما يكتب لهم من مواد تحريرية رياضية ومدى مناسبتها لهم ودرجة استيعابهم لها وكذلك التعرف على اتجاهاتهم واهتماماتهم واقتراحاتهم وبالتالى العمل على تطوير ما يقدم لهم من خدمة صحفية بما يعمل على ضمان استمرار متابعتهم لما يكتب (٦٥ ـ ٢١٧).



أولاً المراجع العربية

١- إبراهيم امام: بحوث تحليل المضمون وتطبيقاتها فى الإعلام، مجلة الإذاعات العربية، العدد ٧٠، ابريل ١٩٧٧.

٢- ـــــــــــ: الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ط٢، ١٩٧٩.

٣- ـــــــــــ: دراسات فى الفن الصحفى، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ١٩٩١.

٤- إبراهيم فتحى: اسئلة علم الاجتماع حول الثقافة والسلطة والعنف الرمزى، دار العالم الثالث، كتاب العالم الثالث، ١٩٩٥.

٥- اجلال خليفة: فن التحرير الصحفى، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٢.

٦- ـــــــــــ: اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى ـ الجزء الأول، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٢.

٧- ـــــــــــ: اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى مع دراسة عن الاخلاقيات الصحفية فى المجتمع الإسلامى المعاصر، ط٢، مكتبة الانجلو المصرية. ١٩٨١.

٨- أحمد حسين الصاوى، سامى عزيز: القاموس الإعلامى، القاهرة، ١٩٩٦.

٩- أحمد عكاشة: الطب النفسى المعاصر، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٢.

١٠- أحمد محمد الزيادى وآخرون: أثر وسائل الإعلام على الطفل، دائرة المكتبات والوثائق الوطنية، عمان، الأردن، ١٩٨٩.

١١- أخبار اليوم: العدد ٢٧٤٣ ، السنة ٥٣ , ٣٠ مايو ، ١٩٩٧ .

١٢- اديب خضور: الخبر الصحفى، سلسل الثقافة الصحفية، دمشق، ١٩٧٣ .

١٣- اسعد مرزوق: موسوعة علم النفس، المؤسسات العربية للدراسات والنشر، بيروت، ١٩٧٧ .

١٤- أسامة كامل راتب: علم نفس الرياضة ـ المفاهيم والتطبيقات، دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٩٥ .

١٥- الشيخ الإمام محمد بن ابى، أبو بكر عبدالقادر الرازى: مختار الصحاح دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٧ .

١٦- امة العليم السوسة: الإعلام والطفل والعنف، مجلة الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير، العدد ٧٠، القاهرة ١٩٩٣ .

١٧- أمين أنور الخولى: الرياضة والمجتمع، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطنى للثقافة والفنون والاداب، العدد ٢١٦ ، الكويت، ديسمبر ١٩٩٦ .

١٨- أمين ساعاتى: أزمة الصحافة الرياضية، الأسباب والعلاج، المركز السعودى للدراسات الاستراتيجية، القاهرة، ١٩٩٣ .

١٩ ـ أميمة منير جادو: البرامج التربوية للطفل، دار المعارف سلسلة اقرأ، القاهرة، ١٩٨٩ .

٢٠- توماس بيرى ـ ترجمة مروان الجابرى: الصحافة اليوم، مؤسسة بدران، بيروت، ١٩٦٤ .

٢١- جلال الدين الحمامصى: من الخبر الى الموضوع الصحفى، دار المعارف، القاهرة، ١٩٦٥ .

٢٢- ــــــــــــــ: الصحيفة المثالية، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٢ .

٢٣- جيهان رشتى: الاسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٧٨ .

٢٤- حازم عبدالمحسن محمد إبراهيم: الصحافة الرياضية فى مصر فى الفترة من عام ١٩٨٢ : ١٩٩٠، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية بنين، القاهرة، ١٩٩٣ .

٢٥- حامد عبدالسلام زهران: علم النفس الاجتماعى، عالم الكتاب، ط٥، القاهرة، ١٩٨٤ .

٢٦- حسام الدين رفقى عبدالخالق: وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة لاكتساب السلوك الرياضى، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية بنين، القاهرة، ١٩٧٩ .

٢٧- حمدى حسن: مقدمة فى دراسة وسائل واساليب الاتصال، دار الفكر العربى، ١٩٨٧ .

٢٨- خير الدين على عويس، عصام الهلالى: الاجتماع الرياضى، دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٩٧ .

٢٩- خليل صابات: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الانجلو المصرية، ط٤، القاهرة، ١٩٨٥ .

٣٠- ـــــــــــــــ: نظرة إلى الصحافة المصرية خلال عام ١٩٩٥، مجلة الدراسات الإعلامية ـ المركز العربى الاقليمى للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، العدد ٨٥، القاهرة، ١٩٩٦ .

٣١- رشدى طعيمة: تحليل المحتوى فى العلوم الانسانية ـ مفهومه ـ اسسه ـ استخدماته، دارالفكر العربى، القاهرة، ١٩٨٧ .

٣٢- زيدان عبدالباقى: قواعد البحث الاجتماعى، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، ١٩٧٢ .

٣٣- ـــــــــــــــ: وسائل واساليب الاتصال فى المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ١٩٧٩ .

٣٤- دافيد ماكيميلان ترجمة عبدالهادى الجوهرى، محمد سعيد فرج: مجتمع الانجاز ـ الدوافع الانسانية للتنمية الاقتصادية، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، ١٩٨٠ .

٣٥- دراسات إعلامية، اساتذة قسم الإعلام، جامعة الكويت، منشورات ذات السلاسل، الكويت، ١٩٩٥ .

٣٦- ديسكتروايت: الناس والمجتمع ووسائل الاتصال الجماهيرى، مليتكو المطبعة الحرة، نيويورك، ١٩٦٤ .

٣٧- سحر محمد وهبى: دور صحافة الاطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى ـ دراسة تحليلية لتحليل مضمون مجلتى ميكى وسمير ـ ودراسة ميدانية على جمهور الاطفال وأولياء الأمور والمعلمين ـ بمدينة سوهاج ـ ماجستير ـ كلية الاداب بسوهاج ـ جامعة أسيوط ـ ١٩٨٤ .

٣٨- سيد أحمد عثمان: علم النفس الاجتماعى التربوى ـ التطبيع الاجتماعى ـ الجزء الأول، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٠ .

٣٩- صابر سليمان عسران: العنف فى برامج التليفزيون، مجلة الوعى الإسلامى، العدد ٣٧٣، الكويت، يناير ١٩٩٧ .

٤٠- صالح دياب هندى: أثر وسائل الإعلام على الطفل، جمعية أعمال المطابع التعاونية، عمان، الأردن، ١٩٩٠ .

٤١- صبحى الصالح: النظم الإسلامية، دار العلم للملايين، ط٣، بيروت، ١٩٧٦ .

٤٢- صلاح عبد اللطيف، غازى زين عوض الله: دراسات فى الصحافة المتخصصة، جدة، ١٩٩١ .

٤٣- صلاح محمد إبراهيم: مدخل إلى الصحافة والقانون ـ الحريات والضمانات واخلاقيات المهنة، توزيع كولى، الخرطوم، السودان، ١٩٩٥ .

٤٤- عبدالعزيز الغنام: مدخل فى علم الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٨٦.

٤٥- عبداللطيف حمزة: المدخل فى فن التحرير الصحفى، دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٦٥.

٤٦- ــــــــــــــ: الإعلام والدعاية، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٧٢.

٤٧- عبدالله النوبى: الإعلام والتنمية الوطنية فى دولة الأمارات العربية، مطابع مؤسسة الاتحاد للصحافة والنشر والتوزيع، أبو ظبى، ١٩٨١.

٤٨- عبدالله سليمان: سيرة الحداثة من الداخل، جريدة المدنية، العدد ٢٠٥، المدينة المنورة، ١٩٨٧.

٤٩- عبدالمنعم شحاتة: الإعلام والعنف ـ موجة العنف مسئولية الفرد أم المجتمع، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ٨٥، القاهرة، ١٩٩٦.

٥٠- عبدالحافظ محمد سلامة: وسائل الاتصال وأسسها النفسية والتربوية، سلسلة المصادر التعليمية (٢-٣)، دار الفكر ، القاهرة، ١٩٩٣.

٥١- علاء الدين طلعت محمد: الاسس العلمية لتحديد الصفحات الرياضية بالصحف اليومية مع دراسة تحليلية لصحف الأهرام والأخبار والجمهورية فى الفترة من عام ١٩٦٢ وحتى عام ١٩٨٢ ، ماجستير ـ غير منشوره، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٧.

٥٢- عطا حسن عبدالرحيم: دراسة تحليلية للبرامج الرياضية بإذاعة الشباب والرياضة فى جمهورية مصر العربية، ماجستير، كلية التربية الرياضية بالمنيا، ١٩٩٣.

٥٣- غريب سيد أحمد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ١٩٩٦.

٥٤- غريب محمد سيد: متطلبات العمل الإعلامى الصادق، الندوة العلمية الرابعة، المركز القومى للدراسات الإعلامية الرياض، ١٩٨٢.

٥٥- فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفى، عالم الكتب، ط٢، القاهرة، ١٩٨٤.

٥٦- ــــــــــــ: فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، ط٤، القاهرة، ١٩٩٠.

٥٧- ــــــــــــ: الصحافة المتخصصة، عالم الكتب، ط٢، القاهرة، ١٩٩٣.

٥٨- فايق فهيم: الإعلام المعاصر، قضايا واراء، دار الوطن للنشر والإعلام، الرياض، ١٩٨٥.

٥٩- ق ـ دنيسيوف، ترجمة منى السعيد: نظريات العنف فى الصراع الايديولوجى، دار دمشق للطبع والنشر، دمشق، د.ت.

٦٠- قانون الصحافة رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦، الجريدة الرسمية العدد٥، مكرر (أ) فى ٣٠ يونيو ١٩٩٦.

٦١- كاترينا دالتون، ترجمة انطوانت دانيال: الجريمة والطمث، المجلة الجنائية القومية (٥ـ٣)، بيروت ١٩٦٢.

٦٢- لويس كامل مليكة: سيكولوجية الجماعات والقيادة، الجزء الثانى، الهيئة المصرية العامة للكتاب: ١٩٨٩.

٦٣- ــــــــــــ: قراءات فى علم النفس الاجتماعى فى الوطن العربى، المجلد الرابع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٥.

٦٤- ليلى عبدالحميد، عواطف عبدالرحمن، نادية سالم: تحليل المضمون فى الدراسات الإعلامية، العربى للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٨٢.

٦٥- ــــــــــــ، محمود علم الدين: الصحافة - المداخل الأساسية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩١.

٦٦- محسن فؤاد فرج: جرائم الفكر والرأى والنشر، دار الغد العربى، ط٢، القاهرة، ١٩٨٨.

٦٧- محمد جميل أبو الطيب: الاتحاد العربى للألعاب الرياضية، الأمانة العامة، الدورة الخامسة للتنظيم والإدارة، الرباط، المغرب، ١٩٨٧.

٦٨- محمد حسن علاوى: سيكولوجية التدريب والمنافسات، ط٥، دار المعارف بمصر، القاهرة، ١٩٨٣.

٦٩- محمد صوانة: العنف فى برامج التليفزيون، مجلة الوعى الإسلامى، العدد ٢٦٢، الكويت ١٩٨٦.

٧٠- محمد عبدالحميد: بحوث الصحافة، ط٢، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٢.

٧١- محمد عبدالرحمن الحضيف: تأثير وسائل الإعلام - دراسة فى النظريات والاساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، ١٩٩٤.

٧٢- محمد علام محمد: محاضرات فى علم اللغة، كلية اللغة العربية بأسيوط، جامعة الأزهر، ١٩٩٤.

٧٣- محمود ادهم: فن التحقيق الصحفى، دار الثقافة للنشر، القاهرة، ١٩٨٠.

٧٤- ــــــــــــ: التحقيق الانموذجى وصحافة الغد، دار الثقافة، القاهرة، ١٩٨٤.

٧٥- محمود ادهم: فنون التحرير الصحفى بين النظرية والتطبيق، جريدة الأهرام وفن التحقيق الصحفى، ط٢، دار الشعب للطبع والنشر، القاهرة، ١٩٨٥.

٧٦- ــــــــــــ: دراسات فى الإعلام التربوى - فن التحرير للصحافة المدرسية، مطابع الدار البيضاء، القاهرة، ١٩٩٣.

٧٧- ــــــــــــ: دراسات فى فن التحرير الاخبارى، ط٢، مطابع الدار البيضاء، القاهرة، د.ت.

٧٨- ــــــــــــ: مقدمة إلى الصحافة المصورة، مطابع الدار البيضاء، القاهرة، د.ت.

٧٩- محمود عبدالرؤوف كامل، نجيب الحصاوى: مقدمة فى علم الاتصال والإعلام بالناس، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، ١٩٩٥.

٨٠- محمود علم الدين: الصورة الفوتوغرافية فى مجالات الإعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨١.

٨١- مجدى محمود، حمدى مكاوى: خصائص مرتكبى السلوك الاجرامى، دراسة سيكوبيولوجية - علم النفس، القاهرة، ١٩٨٩.

٨٢- مديحة محمد الإمام عيسى: دور الصحافة فى نشر الثقافة الرياضية عامة والعاب القوى خاصة، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية بنات، الإسكندرية، ١٩٧٩.

٨٣- مصطفى فهمى: علم النفس - أسسه وتطبيقاته، مكتبة الخانجى، القاهرة، ١٩٧٥.

٨٤- مهدى فضل الله: فلسفة ديكارت ومنهجه، نظرة تحليلية ونقدية، دار الطليعة، بيروت، ١٩٨٣.

٨٥- نوال خليفة مصطفى: دور الصحافة فى نشر الثقافة البدنية والرياضية بين طلاب المرحلة الثانوية - دراسة مقارنة بين لعبة كرة اليد

وبعض الألعاب الجماعية الاخرى، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية بنات، الإسكندرية، ١٩٩٥.

٨٦- نوربرت ميلر وآخرون، ترجمة أمين أنور الخولى: اللعب النظيف للجميع، سلسلة الفكر العربى فى التربية البدنية والرياضية (٥) دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٩٤.

٨٧- هارنمان، ب. هنريند: الصراع العنصرى ووسائل الإعلام - سوسيولوجيا الاتصال الجماهيرى، هارموند - سودت بتمومين، ١٩٧٢.

٨٨- وليم الخولى: الموسوعة المختصرة فى علم النفس والطب العقلى، دار المعارف بمصر، القاهرة، ١٩٧٦.

٨٩- يوسف مرزوق: فن الكتابة للإذاعة والتليفزيون، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٨٨.



ثانياً: المراجع الأجنبية

90- Adler, A. Sapericrty and Soialin Terst London Rout Ledge and Kegan Pout 1965.

91- Beck, R. Motivation the orises and Principlespren Tice. New jorsey 1978.

92- Barron, etal.op. Cit,1991.

93- Berkowitz op. cit, 1989.

94- C. Bartol Criminal Behavior: Apsychological approach New york: Prentice- Hall 1980.

95- Cratty, B-I. Social Psychology in Athleics Prentice Hall, New Jorsey 1978.

96-Donald H. Sohnston, Journalism and midia Ldid, New york: Bonas & Noble Books 1979.

97- Edwin Emery, Haultk. Agee: Entrodcitiov, To Mass Comnunio ution Heon, Henl York 1965.

98- Ferguson, Donald. L. & Patten Jim: Joarnlism Today National. Text Book Company Illinois 1988.

99- Fisher, A,C. Psychologg of Sport May Field. Pubishing Company New York 1976.

100- Garrison. Brace & Sablijak Mark: Sports Reporting U.S.A iowa State Universitg Press, Ames, 1985.

101- Gary Provost Loowaysto Im Porove Yoar Writing New. American Librars, 1985.

102- James, C, Coleman, Psychology and Effective Behavior Taraporevala Sons &. Co, Dambay 1979.

103- J.Coleman, Etal. Abnormal Mal psychology and Modren Life. Illinois: Scott, Foresman. 1980.

104- J-Dode and G.Viner, the Practice of Journalism, London, 1979.

105- J- Scott- Aggression. Chicago: Chicagouniv. Press. 1958.

106- Kaufman, H. Definitions and Metodology in the Studyof Aggrion in Psychological- Bulletin 1964.

107- Ke Tn Davis, Haman Beharior At Work orgnizationl Behavior, fif the dition New Delhi TATA Mc Graw- Hill Pupliohing Company Lt 1977.

108- Leon, E.Smith. Psychology of Motorlearning Athletic in Stitute, chicago. 1970.

109- L. Rees, constitional Factors and obnormal behavior. 1973.

110- L. Huesmann & L. Eron, Tel Evision and aggressivc Child: Across-National Comparison. Hillsdal, NJ: Erlbaum, 1986.

111- Melvin Mencher, News Reporting and Writing Dubgue Lowa: wn.C. Brawn Co- Pubishers, 1977.

112-Miccheal, B Aggression Catharsis. Perspectivesor Aggression (Edt) Russell Geen, Academc Press, New York. 1971.

113- M. Saueif. etal. the Egyption Study Chronic consumption. Cairo: Ncscr. 1980.

114- P. Brood Hust. Aniaml Studies bearin y abnormal behavior, 1973.

115- P. Jacobs: etal: Aggressive. behavior, mental- normality and the xyy male. Nature, 1965.

116- Redy- Lb School and Leisure Lepus Bock. 1982.

117- Sampson. E. social Psychology and Contemporury Society. New York John Wiley and Sonds 1971.

118- Spencer cramp, Fundamentals of Journalism, lbid. 1985.

119-S. Freud: Masseenpsy. Chologg and Analgse Leipzig. 1973.

120- Tutko, A. & Richards, w. Psychologey of Coaching Allynond Bacon Boston, 1971.

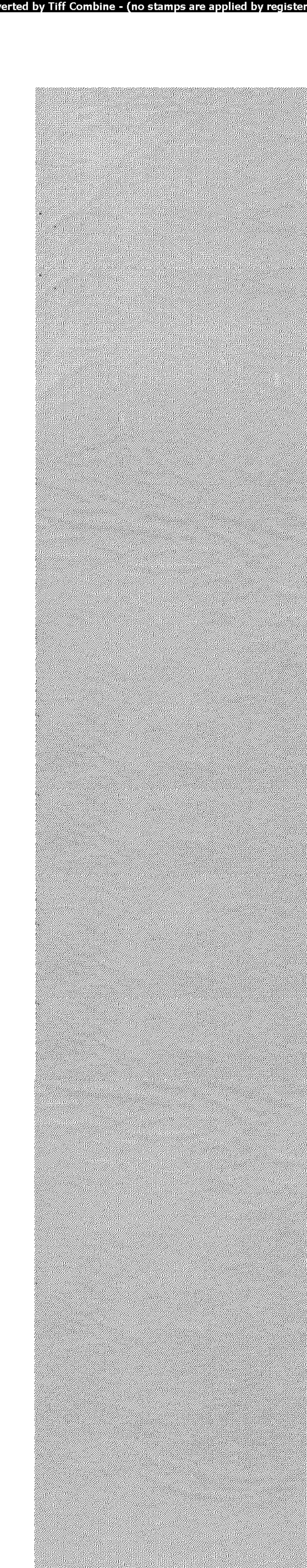
121-Zeigler, E. Phgsical Education and Sport an introduction, lea & Fibiger Phila. 1982.



رقم الإيداع
٩٧ / ١٣٧٩٣
الترقيم الدولى
977 - 294 - 041 - 8

طبع آمون
٤ عطفة فيروز - متفرع من ش إسماعيل أباظة - لاظوغلى
تليفون: ٣٥٤٤٥١٧ - ٣٥٤٤٣٥٦






مركز الكتاب للنشر